

Björkström Elin

# **Slöjdbloggens innehåll och utformning**

En innehållsanalys av svenskspråkiga slöjdbloggar

Elin Björkström 37503  
Magisteravhandling i slöjdpedagogik  
Fakulteten för pedagogik och  
välfärdsstudier  
Åbo Akademi  
2020

## Abstrakt

Författare Elin Björkström	Årtal 2020
Arbetets titel Slöjdbloggens innehåll och utformning – En innehållsanalys av svenskspråkiga slöjdbloggar	
Opublicerad avhandling i slöjdvetenskap för pedagogie magisterexamen Vasa: Åbo Akademi. Fakulteten för pedagogik och välfärdsstudier.	Sidantal 66
<p>Referat</p> <p>Avhandlingen fokusområde är svenskspråkiga slöjdbloggar. Frågor som undersöktes i avhandlingens empiriska del var vilken typ av slöjd som förekommer i svenskspråkiga slöjdbloggar och hur en slöjdblogg ser ut. Till undersökningens syfte hörde även att ta reda på varför skribenten väljer att blogga om slöjd, alltså vilka motiv som kan ligga bakom bloggande. För att få mer kunskap om slöjd i sociala medier syftade studien även till att undersöka vilka övriga sociala medier som bloggarna använder för att publicera slöjdmaterial. Den definition på slöjdblogg som används i avhandlingen är en blogg som helt eller delvist består av slöjdinnehåll. Slöjdinnehållet kan vara hantverk, handarbete, DIY, pyssel eller någon viss slöjdteknik som exempelvis stickning. Utgående från syftet formulerades fyra forskningsfrågor:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vilken typ av slöjd syns i svenskspråkiga bloggar?</li> <li>2. Hur ser en slöjdblogg ut?</li> <li>3. Vilka motiv finns för att blogga om slöjd?</li> <li>4. Utöver blogg, vilka övriga sociala medier använder slöjdbloggare?</li> </ol> <p>Undersökningen utfördes genom en innehållsanalys av 23 svenskspråkiga slöjdbloggar. Skribenterna till de 23 bloggarna gav sitt godkännande till att deras bloggar får ingå i analysen. Resultatet av innehållsanalysen visade att de mest förekommande slöjdteknikerna i svenskspråkiga slöjdbloggar är stickning, sömnad och virkning. 217 av 223 blogginlägg består av både text och bild. De flesta bilder är på färdiga slöjdprodukter, vilket förekommer i 146 av 223 blogginlägg. Det näst vanligaste innehållet i blogginläggen är dagbokstext, vilket påträffas i 68 av 223 blogginlägg. Tips på mönster är också vanligt förekommande och finns i 67 av 223 blogginlägg. De motiv till att slöjdblogga som framkom i undersökningen är eget slöjdintresse, att fungera som inspirationskälla för läsaren, marknadsföra företag och kontaktmöjlighet till likasinnade. Det egna slöjdintresset framkommer i flest bloggar, i 14 av de 17 bloggar som innehåller en beskrivning av skribentens motiv till att slöjdblogga. De tre vanligaste sociala medier som marknadsförs i bloggarna är Instagram, Facebook och Ravelry. Instagram marknadsförs i 15, Facebook i 12 och Ravelry i 8 bloggar.</p>	
<p>Sökord</p> <p>Blogg, slöjd, slöjdblogg, sociala medier.</p>	

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Introduktion .....</b>	<b>s. 1</b>
1.1	Inledning .....	s. 1
1.2	Problemområde och övergripande syfte .....	s. 2
1.3	Precisering av centrala begrepp .....	s. 3
1.4	Tidigare forskning .....	s. 4
1.5	Avhandlingens uppbyggnad .....	s. 5
<b>2</b>	<b>Slöjd i samhället .....</b>	<b>s. 7</b>
2.1	Slöjd som begrepp .....	s. 7
2.2	Slöjd som fritidssysselsättning .....	s. 9
2.3	Slöjd och välmående .....	s. 10
2.4	Slöjd i det offentliga rummet .....	s. 12
<b>3</b>	<b>Sociala medier .....</b>	<b>s. 14</b>
3.1	Sociala medier ur ett historiskt perspektiv .....	s. 14
3.2	Sociala medier som begrepp och fenomen .....	s. 15
3.3	Olika former av sociala medier .....	s. 17
3.4	Att dela med sig på sociala medier .....	s. 24
3.5	Producent- och användarperspektiv .....	s. 25
<b>4</b>	<b>Metod och genomförande .....</b>	<b>s. 27</b>
4.1	Precisering av syfte och forskningsfrågor .....	s. 27
4.2	Val av datainsamlingsmetod .....	s. 28
4.3	Val av undersökningsgrupp .....	s. 30
4.4	Undersökningens genomförande .....	s. 31
4.5	Analys och tolkning .....	s. 32
4.6	Undersökningens etiska principer .....	s. 33
<b>5</b>	<b>Resultatredovisning .....</b>	<b>s. 35</b>
5.1	Slöjd i svenskspråkiga bloggar .....	s. 35
5.2	Slöjdbloggens utformning .....	s. 40
5.3	Motiv till slöjdbloggande .....	s. 42
5.4	Slöjd i olika sociala medier .....	s. 44
<b>6</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>s. 46</b>
6.1	Resultatdiskussion .....	s. 46
6.2	Reflektion över metod och fortsatt forskning .....	s. 59

## Referenser

## Bilagor

## Tabeller

<i>Tabell 1:</i> Bloggar som ingår i innehållsanalysen .....	s. 35
<i>Tabell 2:</i> Slöjd i svenskspråkiga bloggar.....	s. 36
<i>Tabell 3:</i> Bloggkategorier .....	s. 37
<i>Tabell 4:</i> Blogginläggens utformning .....	s. 40
<i>Tabell 5:</i> Blogginläggens innehåll .....	s. 41
<i>Tabell 6:</i> Sociala medier som marknadsförs i svenskspråkiga slöjdbloggar .....	s. 45

## Figurer

<i>Figur 1:</i> Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Lilla Hanna i stora världen .....	s. 47
<i>Figur 2:</i> Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Garnknuten .....	s. 48
<i>Figur 3:</i> Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Heta KP .....	s. 48
<i>Figur 4:</i> Ett blogginlägg i bloggen Taktil textil om en färdig kvilt .....	s. 49
<i>Figur 5:</i> Ett blogginlägg om en färdig slöjdprodukt skrivet av Tålamodspåsen .....	s. 50
<i>Figur 6:</i> Ett blogginlägg om slöjdprocessen skrivet av Knit by Heidi .....	s. 51
<i>Figur 7:</i> Ett blogginlägg om redskap skrivet av Garnknuten .....	s. 51
<i>Figur 8:</i> Ett blogginlägg om material skrivet av Billigt-garn .....	s. 52
<i>Figur 9:</i> Ett blogginlägg med text och bild skrivet av Som när det begav sig .....	s. 53
<i>Figur 10:</i> Ett blogginlägg i videoformat gjord av Garnknuten .....	s. 53
<i>Figur 11:</i> Ett blogginlägg i text och ljudformat gjord av Sandramaria .....	s. 54
<i>Figur 12:</i> Ett blogginlägg i dagboksform skriver av Tassar och stickor .....	s. 55
<i>Figur 13:</i> Ett blogginlägg skrivet av Garnknuten med information om prenumerationstjänst .....	s. 56
<i>Figur 14:</i> Ett blogginlägg skrivet av Lykkeliten med länk till webshop .....	s. 56

## Bilagor

- Bilaga 1:* Facebookinlägg i grupperna Finlandssvenska bloggare, Blogg Sverige, Bloggar och Online Stickcafé
- Bilaga 2:* Meddelande till bloggarnas skribenter.

# 1 Introduktion

## 1.1 Inledning

När jag som liten blev intresserad av slöjd i olika former var det min mormor jag sökte hjälp och inspiration av. Mormor hade skåp fulla med mönstertidningar, redskap och material, men framförallt satt hon på den kunskap som jag ville lära mig. Jag broderade korsstyggn som jag hittade mönster till i hennes lager och om jag stötte på problem läste jag endera i mönstret eller frågade om hjälp av mormor. Idag är det internet jag vänder mig till. Ibland lånar jag böcker på bibliotek, men då har jag först hittat information om böckerna på internet. Mitt intresse för temat slöjd i sociala medier kommer från att jag själv tar del av en omfattande mängd slöjdrelaterat material i olika sociala medier, bland annat på olika bloggar, på Instagram och på YouTube. Jag söker inspiration till olika slöjdprojekt på sociala medier, lär mig tekniker och söker efter mönster på olika sociala medier. Jag tycker det är intressant att följa med vad andra slöjdintresserade har för slöjdprojekt på gång och hur produkter tar form. För mig känns sociala medier som lättillgängliga plattformar där jag när som helst kan ta del av material. Stöter jag på ett kritiskt moment i mitt eget slöjdande kan jag söka hjälp av andra som tidigare stött på samma problem och skrivit om det i sin blogg eller gjort en YouTubevideo om hur man kan ta sig an problemet.

I min kandidatavhandling (Björkström, 2017) undersökte jag sociala medier i slöjdundervisning ur finlandssvenska slöjdlärares synvinkel. I undersökningen framkom att 36 av 38 respondenter använder sociala medier för att inspirera elever i slöjd och 33 använde även sociala medier som inspiration för sig själva. Resultatet visade att man kan använda och ha nytta av sociala medier i samband med slöjd. (Björkström, 2017, s.17–19.) Till följd av det resultatet uppstod frågor som vilken typ av slöjd framkommer i sociala medier, i vilka typer av sociala medier det finns slöjdrelaterat material, vem det är som tillverkar detta material som används i skolslöjden och vilka motiv har producenterna till att producera slöjdrelaterat material på sociala medier.

I Hartvik och Porko-Hudds (2018, s. 103–104) överblick av innehållet i Techne-serien ger de förslag på vidare forskningsområden inom slöjdrelaterade teman. Områden som

fått liten eller ingen uppmärksamhet i forskning är bland annat slöjd i medier och sociala medier samt slöjd som fritidssysselsättning. Bristen på forskning inom temat slöjd i sociala medier motiverar valet av tema i denna avhandling.

## **1.2 Problemområde och övergripande syfte**

Som redan konstaterats har området slöjd i sociala medier liten forskningsbakgrund. Man kan ta sig an temat ur flera olika perspektiv. Till exempel kan ingången vara de människor som producerar slöjdmaterial på sociala medier eller de som använder sig av slöjdmaterial på sociala medier. Dessa två perspektiv kommer framöver benämnas som producentperspektiv och användarperspektiv. Dessa benämningar använder också Andersson för att särskilja de två olika perspektiven. (Andersson, 2017, s. 21.) I denna avhandling kommer teorikapitlen att behandla temat ur både producenters och användares perspektiv och sedan i empiridelen avgränsa till att huvudsakligen innefatta producenters synvinkel.

Syftet med avhandlingens empiriska del är att undersöka det slöjdmaterial som produceras i svenskspråkiga bloggar och personerna som producerar detta material. Som tidigare nämnt tar jag själv del av slöjdmaterial på sociala medier. Jag har alltså erfarenhet ur ett användarperspektiv och skulle därför vara intresserad av att veta mera om producenterna bakom innehållet på sociala medier. För att få en bred förståelse av slöjdbloggande överlag och eftersom användning av bloggar är ett vardagligt fenomen för många människor, diskuteras även användarperspektivet i avhandlingens teorikapitel.

Sociala medier är i konstant förändring. Formerna för sociala medier har förändrats över tid och kommer med största sannolikhet att även förändras i framtiden. Holmström och Wikberg (2015, s. 16 – 21) påpekar att det finns många olika sociala medier som används flitigt av många människor. Därför skulle det vara omöjligt att ta alla sociala medier i beaktande i denna avhandlings undersökning. Följaktligen avgränsas avhandlingens tema till att fokusera på personerna bakom slöjdrelaterade bloggar, alltså slöjdbloggar ur ett producentperspektiv. Slöjdbloggar och bloggaren bakom kommer att vara i fokus, men syftet är att även undersöka vilka andra typer av sociala medier som slöjdbloggarna använder sig av och på så sätt få en inblick i vilka andra typer av sociala medier som används för slöjdrelaterat innehåll. För att få en heltäckande teoretisk grund till ämnet

kommer avhandlingens teoridel att diskutera sociala medier som helhet och även andra sociala medier utöver blogg.

Bloggar och övriga sociala medier är lättillgängliga för alla med tillgång till internet. Således begränsas inte användare av geografiska gränser. För denna avhandling har forskaren tagit beslutet att avgränsa temat till svenskspråkiga bloggar, istället för tillhörigheten till ett visst land. En vidare diskussion kring avgränsning av temat och val av undersökningsgrupp förs i det fjärde kapitlet, metod och genomförande.

Syftet för avhandlingen är att undersöka svenskspråkiga bloggar med slöjdinnehåll. Vilken slöjd syns i svenskspråkiga bloggar, till exempel vilka tekniker och material? Syftet inkluderar även att analysera slöjdbloggars utformning och skribenternas motiv till att blogga om slöjd. För att få mer kunskap om slöjd i sociala medier syftar studien även till att undersöka vilka övriga sociala kanaler som bloggarna använder för att publicera slöjdmaterial. Utgående från syftet har fyra forskningsfrågorna formulerats:

1. Vilken typ av slöjd syns i svenskspråkiga bloggar?
2. Hur ser en slöjdblogg ut?
3. Vilka motiv finns för att blogga om slöjd?
4. Utöver blogg, vilka övriga sociala medier använder slöjdbloggare?

Den första forskningsfrågan syftar till att ta reda på vilken slöjd svenskspråkiga bloggar består av. Är det vanligare att blogga om hårda eller mjuka material, samt vilka slöjdtekniker är mest förekommande? Med forskningsfråga 2 avses att analysera svenskspråkiga slöjdbloggars utformning och innehåll. Forskningsfråga 3 syftar till att analysera vilka motiv har skribenterna för att blogga om slöjd. Forskningsfråga 4 syftar till att ta reda på vilka sociala medier, utöver blogg, skribenterna använder.

### **1.3 Precisering av centrala begrepp**

I avhandlingen används begreppet slöjdblogg för att beskriva en blogg med slöjdrelaterat innehåll. I detta fall behöver inte bloggen bestå av enbart slöjdinnehåll, utan kan räknas till gruppen slöjdblogg ifall bloggen till viss del innehåller blogginlägg som behandlar hantverk, handarbete, DIY, pyssel eller någon viss slöjdteknik som exempelvis stickning.

För att göra studien genomförbar och passande för nivån på en magisteravhandling har inklusions- och exklusionskriterier fastställts för bloggar som inkluderas i studien. Bloggen ska vara svenskspråkig eller flerspråkig varav ett språk är svenska. För att exkludera bloggar som inte varit aktiva på länge är ett kriterium att bloggen ska ha varit aktiv med minst ett blogginlägg under 2019.

Det finns en risk för att förväxla ordet blogg och bloggare, alltså blogg som plattform och personen som producerar bloggens innehåll. För att undvika sådan förväxling kommer begreppet blogg använda för att benämna plattformen och skribent för att benämna personen som producerar bloggens innehåll.

## **1.4 Tidigare forskning**

Taitoliitto (2018) har gjort en undersökning av slöjd som fritidssysselsättning bland finländare. En tredjedel av finländarna utför någon form av slöjdande åtminstone någon gång i månaden. Undersökningen visar på skillnader mellan män och kvinnor. Stickning, virkning, sömnad och inredningsrelaterad slöjd hör till de mest populära bland kvinnor, medan män mest sysslar med snickeri, träarbete, renovering, konstruktion och modellarbete. De vanligaste motiven till att syssla med slöjd som fritidssysselsättning är att slöjd fungerar som avkoppling och ger välbefinnande. Det är även vanligt att finländare deltar i slöjdrelaterade kurser, workshoppar och mässor. Bland de som har slöjd som fritidssysselsättning är det 67 % som tar del av slöjdrelaterat material på sociala medier varje dag. Exempel på sociala medier som används är Facebook, Instagram och Pinterest. (Taitoliitto, 2018.)

Att slöjda har under 2010-talet växt som fritidssysselsättning i många åldersgrupper. Karlström (2012) har skrivit en artikel i Arbetarbladet där hon betonar att handarbete lockar unga människor och hävdar att den allmänna inställningen handarbete har förbättrats. På internet och i sociala medier sprids trender och nya idéer snabbt, som exempel framhävs amigurumins snabba spridning. Amigurumi har sitt ursprung i Japan och är virkade och stoppade små figurer. Internet och sociala medier ger en snabb och enkel möjlighet för slöjdare att hämta information och inspiration. I artikeln påpekas även att slöjd kan fungera som meditation och avslappning. (Karlström, 2012.)

Vilhunen (2018) har skrivit en doktorsavhandling kring temat stickbloggar, vilket är en typ av slöjdblogg, samt hur man kan kombinera hantverk med bloggande. I avhandlingen



analyseras olika orsaker till att ha en stickblogg och relationer mellan stickbloggarnas skribenter. Studiens data samlades in åren 2008 och 2013 och kompletterades med frivilliga texter med temat att ha en stickblogg, vilka samlades in under 2013 och 2014. I den första undersökningen deltog 501 respondenter, i den andra 212 respondenter och 50 texter om stickbloggande kom in. De huvudsakliga motiven till att ha en stickblogg visade sig vara själva producerandet av material på bloggen, självuttryck, för att visa upp stickade alster, för att hålla kontakten med familj och vänner och för att skriva dagbok över sin egen slöjdprocess. Genom en blogg kan man även utbyta idéer och information med läsare, be om råd av andra och få feedback.

## **1.5 Avhandlingens uppbyggnad**

I avhandlingens andra kapitel behandlas slöjd och slöjdrelaterade begrepp, så som handarbete, hantverk, DIY och slöjdtekniker. Slöjd som fritidssysselsättning samt slöjd och välmående är följande som framkommer i kapitel 2. Kapitlet avslutas med att diskutera slöjd i det offentliga rummet, som exempelvis slöjdgrafitti, stickcafé, möjligheten att studera slöjd hela livet och slöjd inom Marthaförbundet.

Det tredje kapitlet fokuserar på temat sociala medier. Kapitlet börjar med en historisk översikt och övergår sedan att beskriva och diskutera sociala medier idag. Till följande beskrivs olika typer av sociala medier, med fokus på blogg men även övriga sociala medier framkommer för att få en inblick i vilka som finns och hur de olika medierna kan sammanlänkas. I kapitlet diskuteras även anledningar och teorier kring varför människor upprätthåller sociala medier och väljer att dela med sig av sina liv, tankar och känslor på sociala medier. Avslutningsvis behandlas skillnader mellan producent- och användarperspektiv på sociala medier.

Avhandlingens fjärde kapitel är avhandlingens metodkapitel. Undersökningens syfte och forskningsfrågor klargörs. I kapitlet diskuteras och förklaras metodval, datainsamlingsmetod och val av undersökningsgrupp. Undersökningens genomförande framkommer. Analys och tolkning av undersökningen och etiska principer för undersökningen förtydligas.

Kapitel 5 innefattar resultatredovisning av den innehållsanalys som utförts på svenskspråkiga slöjdbloggar. Vardera av de fyra forskningsfrågorna står som grund för ett

underkapitel i resultatet, slöjd i svenskspråkiga bloggar, slöjdbloggars utformning, motiv till slöjdbloggande och slöjd i sociala medier.

Kapitel 6 är avhandlingens diskussionskapitel. Resultatet av undersökningen diskuteras med utgångspunkt till avhandlingen teorikapitel, slöjd i samhället och sociala medier. De fyra forskningsfrågorna för studien står som grund för fyra underkapitel i resultatdiskussionen. Kapitlet avslutas med diskussion kring undersökningens tillförlitlighet och förslag på fortsatt forskning.

I den avslutande delen av avhandlingen finns en lista över referenser och bilagor.

## 2 Slöjd i samhället

I det förestående kapitlet diskuteras inledningsvis definitionen av slöjd och olika begrepp relaterade till slöjd, så som handarbete, hantverk, DIY och slöjdtekniker. Till följande behandlas slöjd som fritidssysselsättning. Kopplingen mellan slöjd och välmående tas till näst upp i kapitlet och avslutningsvis diskuteras slöjd i det offentliga rummet, vilket kan vara slöjdgrafitti, stickcaféer, slöjd i utbildning, möjligheten att lära sig slöjd under hela livet och slöjd inom Marthaförbundet.

### 2.1 Slöjd som begrepp

Ordet slöjd har sitt ursprung i gamla nordiska begrepp som slögher och slöghth, vilka betyder slug, kunnig, händig samt flitighet, hantverksskicklighet och konstfärdighet. I olika tider och i olika kulturer har slöjdbegreppets innebörd varierat. Slöjd kan innebära tillverkning av ting som behövs i hemmet eller i vardagen, i försäljningssyfte eller för tillfredsställelse och glädje. Det finns olika begrepp inom begreppet slöjd. Husbehovsslöjd eller hemslöjd syftar på den aktivitet som sker i hemmet, hantverk syftar på yrkesmässigt slöjdande och konsthantverk eller konstslöjd syftar på ett konstnärligt slöjdande. Slöjd kan även syfta på slöjd i skolan och handlar då om pedagogisk slöjd. I bondesamhället var det en del av det vardagliga livet att man tillverkade egna bruksföremål, som kläder, hushållsföremål och redskap. Den här formen av slöjd kallades behovsslöjd eller husslöjd. Till husslöjd hörde även tillverkning av föremål för försäljning. Hemslöjd blev senare det begrepp som användes för all typ av slöjdande i hemmet. (Hartman, 2014, s. 12, 38.) Begreppen har utvecklats och förändrats vidare och begrepp som behandlas vidare i denna avhandling är slöjd, handarbete, hantverk och DIY.

Enligt Svenska Akademiens ordlista (u.å.) innefattar slöjd att den som utövar slöjd har egenskaper som färdighet, flitighet, skicklighet och klokhet i hantverk, handarbete eller en viss kunskapsgren. Av begreppet slöjd har det engelska ordet sloyd uppkommit. Slöjd kan vara en syssla, ett arbete, en verksamhet, ett yrke eller avdelning i undervisning av elever.

När slöjd utövas sker ett utförande på praktisk nivå. Efter att utförandet skett över längre tid upptäcks lagbundenheter och teknisk kunskap utvecklas genom prövning. Slöjdtekniker har uppstått genom lagbundenheter vilka gett upphov till regler för

slöjdteknikerna. När regler förenas bildas teknologier, som till exempel stickningsteknologi och svetsteknologi. En van slöjdare har kunskap om material, redskap och metoder som är aktuella för olika tekniker och teknologier inom slöjd. (Lindfors, 1996.)

Till följande diskuteras och definieras några begrepp som slöjdbegreppet innefattar. Dessa begrepp används till viss del för att förklara liknande fenomen och det kan därför vara utmanande att ge en entydig definition av de skilda begreppen.

### **2.1.1 Handarbete**

Enligt Svenska Akademiens ordlista (u.å.) betyder handarbete ett arbete som utförs med händerna, till exempel som motsats till maskinarbete. Handarbete har också genom tiderna använts som begrepp för kvinnlig hemslöjd och tekniker som sömnad, broderi, knyppling, virkning och stickning.

### **2.1.2 Hantverk**

Svenska Akademiens ordlista (u.å.) ger förklaring på slöjd, som färdighet inom visst hantverk. Hantverk är ett begrepp som även används inom flera andra grenar än slöjd. Inom slöjden används begreppet många gånger parallellt med handarbete. Hantverk är en småskalig arbetsform som utförs med enkla hjälpmedel och kräver yrkesskicklighet.

### **2.1.3 DIY**

En form av slöjd som förekommer i sociala medier är Do It Yourself. DIY, som är förkortningen för Do It Yourself, är ett internationellt begrepp som innefattar kreativt görande, autonomi och underhåll. DIY är som en motreaktion till bland annat massdesign. DIY inbjuder till individuell kreativitet, att utveckla förmågor fastän man saknar ämnesspecifik utbildning och alternativa former av konsumtion. DIY kan innebära att spara pengar och att återanvända material. (Kouhia, 2016, s. 14–15.)

DIY rörelsen grundar sig i människans historia och överlevnaden kunde bero på om man kunde reparera och återanvända material och redskap. Det moderna samhället kom att innebära att man inte behövde lita på att man klarar av allt själv, utan saker kan köpas. Man kan anställa experter för reparation, byggande, dekorerings och så vidare. Ändå fortsätter människor att göra saker själva. DIY definieras som skapande, modifiering eller reparation utan att betala för expertkunskande. (Kuznetsov & Paulos, 2010, s. 295.)

#### **2.1.4 Slöjdteknik**

Slöjd kan även definieras utgående från vanligt förekommande tekniker inom slöjd. Under Svenska Akademiens ordlista (u.å.) förklaring av slöjd förekommer en del slöjdtekniker, så som bearbetning av trä och metall, sömnad, vävning, snickeri, svarvning och smide.

### **2.2 Slöjd som fritidssysselsättning**

Tidigare var det vanligt att människor själva tillverkade och reparerade sina saker, vilket innebar att hantverk var en betydelsefull del i många människors vardagsliv. Det hörde till vanligheten att flickor skulle lära sig hantverk som de kunde ha nytta av, så som stickning, sömnad och vävning. Pojkar skulle hantera slöjdtekniker i hårda material, som till exempel träslöjd. Den som utvecklade skicklighet inom en viss teknik kunde erbjuda tjänster och på så sätt få inkomst av slöjdande. I och med industrialiseringen ersattes en stor del av hantverksprodukterna med serieproducerade produkter. Fastän inte kravet på hantverk finns kvar finns ändå intresset hos många människor att bevara gamla tekniker och material, men då ofta som hobby. (Lönnqvist, 1996, s. 105–106).

Kouhia (2016) visar på flera studier från början av 2000-talet där man kommit fram till att slöjd är ett populärt fritidsintresse runt om i världen. Exempel på sådana resultat är att år 2011 var 38 miljoner människor i USA aktiva inom stickning eller virkning och år 2016 hade 7,5 miljoner människor i Storbritannien stickning eller virkning som fritidssysselsättning. Redan för flera årtionden sedan var slöjd ett populärt intresse i Finland. Statistik visar att intresset för slöjd som fritidssysselsättning hade sjunkit fram till början av 2000-talet, men det var ändå 61% av finländska kvinnor som år 2002 hade textilinriktad slöjd som fritidssysselsättning. (Kouhia, 2016, s. 1–2.)

Kouhia (2016) skriver om åtta orsaker till att välja slöjd som fritidssysselsättning. Dessa är funktionella, materiella, estetiska, experimentella, kollaborativa, narrativa, multisensoriska samt att få uttrycka sig. Den funktionella orsaken till slöjd som fritidssysselsättning baseras på hantverksobjektens användbarhet, men innefattar också begrepp som underhåll, resurser, intresse och möjlighet. Den materiella orsaken relateras till tillverkning, användning av verktyg och kunskap att tillverka. Den estetiska aspekten handlar bland annat om utseende kombinerat med funktion, uttryck och estetik ur olika personers synvinklar. Experimentell orsak innefattar personliga erfarenheter, känslor och

vardagliga aktiviteter. Till den kollaborativa aspekten hör de sociala och kulturella erfarenheterna man kan få genom slöjdande som fritidssysselsättning och samhörighet som kan uppstå genom att slöjda tillsammans med andra. En narrativ orsak innefattar erfarenheter, personliga historier och identitet. Det narrativa kan uppstå i material som tillverkaren använder för att berätta en historia. Multisensorisk orsak handlar bland annat om det kroppsliga i att slöjda och känslan av njutning i själva processen, inte enbart produkten. Den åttonde aspekten är att få uttrycka sig, vilket är starkt kopplat till personlig stil, egna värderingar, livsstil och självuttryck. Dessa åtta orsaker till slöjd som fritidssysselsättning har inga tydliga gränser, utan går på många sätt in i varandra. Ändå kan det visa på hur olika människor slöjdar på sin fritid av olika anledningar. (Kouhia, 2016, s. 48–49.)

## 2.3 Slöjd och välmående

Pöllänen (2012) påpekar att i och med att det moderna samhället har utvecklats har slöjdens plats och betydelse i samhället förändrats. I och med att människor har en hel del fritid ägnar sig många åt en hobby, till exempel slöjd av något slag. Tidigare hade slöjdprodukternas praktiska värde en större betydelse, men slöjdprocessens värde har ökat. Till skillnad från många andra aspekter i livet kan slöjden vara en hobby som får ta lång tid och utföras med lågt tempo. Det ligger i människan natur att vilja göra saker med händerna, för att på så sätt inse sitt eget varande och för att vara tillfreds med sig själv och sin omgivning. Pöllänen (2012) påpekar att välmående och välbefinnande är mångfacetterade begrepp som baseras bland annat på arbete, försörjning, hälsa, arbetsförmåga, säkerhet och social trygghet. Välbefinnande grundar sig långt i människans egna erfarenheter, uppfattningar, självbild och självkänsla. Slöjd kan bidra till känsla av prestation, mental tillväxt, utveckling av fysiska och kognitiva färdigheter, hantering av egen kropp, njutning och självstyrt lärande. (Pöllänen, 2012, s. 1–7.)

Draxl, Fischer, Kokko, Kästik, Salovaara och Stedman (2017) framhäver att slöjd kan vara meningsfullt på flera plan och att jobba kreativt stärker det mentala välbefinnandet hos många människor. När man slöjdar och jobbar kreativt får man använda många av sina sinnen, genom att känna på olika material och texturer samt se olika färgvariationer. Under en slöjdprocess kan en del människor glömma bort bekymmer och till och med smärta och sjukdom. Kreativt arbete tränar en hel del fysiska färdigheter, koordination

mellan öga och hand, koncentration och problemlösning. Draxl m.fl. (2017) skriver om slöjdens koppling till välmående utgående från åldringar, men många aspekter går även att dra paralleller till andra åldersgrupper. En positiv aspekt som gäller specifikt den äldre generationen är att slöjdprocessen inger en känsla av utveckling trots hög ålder. För många som har slöjd som ett aktivt fritidsintresse kommer även ett vidare socialt och kulturellt nätverk som följd. Ett gemensamt intresse kan vara grunden till ny social kontakt. Miljön som slöjdande sker i är ofta inspirerande och ger upphov till skapande. Draxl m.fl. (2017) har gjort ett internationellt projekt där det hölls slöjdtillfällen för åldringar och projektet visade goda resultat. Personer med demens visade ett bättre allmänt humör och sov bättre efter slöjdtillfällena. En del deltagare hade aldrig uttryckt kreativitet genom slöjd och fick genom det här projektet upp ögonen för livslångt lärande. (Draxl m.fl., 2017, s. 15–16, 96.)

Slöjdande kan leda till upplevelse av flow, vilket ökar välmående (Pöllänen, 2012, s. 6–7). Csikszentmihalyi (1996, s. 108–113) beskriver flow som en optimal upplevelse när man känner att det man gör går bra, nästan automatiskt, men man ändå har en hög fokusnivå. Flow kan beskrivas på liknande sätt vilket utförande man än upplever det inom. En viktig aspekt inom flow är upptäckandet eller lärandet av något nytt.

### **2.3.1 Slöjd som terapeutisk aktivitet**

Pöllänen (2007, s. 91–101) behandlar temat slöjd i terapisyfte och som en terapeutisk aktivitet. Två mer utforskade och använda terapiformer är musik- och konstterapi. Likt dessa former av terapi har även slöjd en grund i konstnärlighet, kreativitet och funktionalitet. Slöjd används som terapeutisk aktivitet utan att definieras som terapi, till exempel som aktivitet med psykoterapiklienter, med funktionshindrade och som en form av egenvård ensam eller i grupp. Ett sätt att se på slöjd som terapi är att slöjdprocessen eller slöjdprodukten i sig kan vara terapeutisk. Genom att slöjda får man nya slöjderfarenheter som man kan använda för att fortsätta sitt skapande och då kan skapandet i sig själv fungera terapeutiskt. En annan aspekt är slöjdens kontext ur en terapeutisk synvinkel. Sammanhanget som slöjden sker i kan vara terapeutisk. Genom slöjd kan man uttrycka sin inre värld, till exempel erfarenheter, uppfattningar, känslor och kultur kan uttryckas i processen eller produkten.

## **2.4 Slöjd i det offentliga rummet**

Det finns olika typer av slöjdyttringar i det offentliga rummet. Många väljer att uttrycka sin personlighet genom slöjd och använder slöjdkunskaper för att skapa en roll i ett bestämt sammanhang. En form av slöjd i det offentliga rummet är graffitti som utförs med hjälp av slöjdtekniker som till exempel stickning, virkning och sömnad. Graffitti är en typ av slöjd där uttryck och budskap har större betydelse än de slöjdteknologiska kunskaperna. Genom sociala medier kan graffittins budskap spridas över hela världen. Begrepp som beskriver slöjdgraffitti är craftivism och gerillaslöjd. (Hartman, 2014, s. 191–192.)

### **2.4.1 Syjunta - Stickcafé**

Två former av slöjd i det offentliga rummet är syjunta och syförening. Enligt svenska Akademiens ordlista (u.å.) är en syjunta en sällskaplig sammankomst där deltagarna huvudsakligen ägnar sig åt sömnad eller annat handarbete. Syförening är en liknande sammankomst men i föreningsform.

Det är möjligt att delta i en syjunta eller stickcafé från hemmet, den behöver inte alltid vara i fysisk form. Online stickcafé är en offentlig grupp på Facebook med 33 816 medlemmar den 11 oktober 2019. I gruppen är alla garnrelaterade handarbeten välkomna. Som medlem i gruppen kan man visa upp sina alster, få hjälp med handarbetsrelaterade frågor, tipsa och tips om olika material, evenemang med mera. Ingen tjänar pengar på Online stickcafé, reklam är alltså inte tillåtet utan enbart tips. Alla privatpersoner är välkomna att ansöka till gruppen och ansökningen godkänns av administratörerna för gruppen. (Online stickcafé.)

### **2.4.2 Slöjd i utbildning**

I Finland förekommer slöjd inom småbarnpedagogik och den grundläggande utbildningen. Slöjd har varit en del av den finländska skolan sedan 1866, men var då uppdelad i en typ av slöjd för pojkar och en annan för flickor. År 1970 togs begreppen teknisk slöjd och textilslöjd i bruk och nu fick både pojkar och flickor utföra båda slöjdarterna. Från och med år 2004 har det gemensamma begreppet slöjd använts för de båda slöjdarterna. Precis som alla andra skolämnen baseras slöjdundervisningen på de nationella grunderna för läroplanen, som utförs av Utbildningsstyrelsen. Den finns även skolor på andra stadiet i Finland som erbjuder möjlighet att gå slöjdkurser på den utbildningsnivån, då ofta i samarbete med en grundläggande utbildning eller ett



universitet. Studeranden som väljer att gå dessa kurser kan få ett gymnasiediplom i slöjd. Möjligheten att studera slöjd på universitetsnivå är tillgänglig vid fyra universitet i Finland; Åbo Akademi, Helsingfors universitet, Åbo universitet och Östra Finlands universitet. Slöjdlärare utbildas vid dessa fyra universitet. I grundskolans årskurser 1–6 kan klasslärare undervisa slöjd, medan årskurserna 7–9 undervisas av ämneslärare i slöjd. (Sjöberg & Porko-Hudd, 2019; Porko-Hudd, Pöllänen & Lindfors, 2018.)

#### **2.4.3 Livslångt lärande**

Det finns olika sätt att stöda ett livslångt lärande. I Finland finns olika läroanstalter som ger möjlighet till lärande efter grundskolan, så som medborgarinstitut, folkhögskolor, sommaruniversitet och studiecentraler. I Finland finns det 181 medborgarinstitut, varav nästan 30 är svenskspråkiga eller tvåspråkiga. I kurser som ordnas av medborgarinstitut kan vem som helst delta, oberoende av ålder och utbildningsbakgrund. Den vanligaste kategorin som det ordnas kurser i är hantverk, som står för 23 % av kursutbudet. En folkhögskola kan ordna både allmänbildande och yrkesinriktad utbildning och både långa studielinjer och kortkurser finns tillgängliga. I Finland finns 76 folkhögskolor. Exempel på slöjdinriktade studier som finns tillgängliga på folkhögskola är Hantverk, grundår och fördjupningsår, vid Ålands folkhögskola samt Slöjdtorget vid Kronoby folkhögskola. Sommaruniversitet ordnar öppen universitetsundervisning, yrkesfortbildningar, språkundervisning och skolning inom konst- och kulturområden. I Finland finns 11 studiecentraler, som erbjuder utbildnings-, kultur- och utvecklingstjänster. (Utbildningsstyrelsen, u.å.; Medborgarinstitutens förbund MiF ry., u.å.; Suomen Kansanopistoyhdistys, u.å.; Finlands Sommaruniversitet r.f., u.å.; Studiecentraler, 2009)

#### **2.4.4 Marthaförbund**

I Finland grundades Martharörelsen 1899. Avsikten med rörelsen var att sprida folkbildning till finländska kvinnor. Utbildningen kunde gälla matlagning, hemvård, uppfostran, trädgårdsarbete, men även slöjdinriktade aspekter som till exempel sömnad. Fortfarande är grunden i Marthaförbundets verksamhet att erbjuda utbildning i frågor anknyta till kvinnors vardag och hållbar livsstil. Till aktuella projekt inom Marthaförbundet hör bland annat utbildning kring hållbar textilkonsumtion. År 2019 firade Marthaförbundet 120-årsjubileum. Ett projekt under året var *Sockor åt mamma*, inom vilket marthor stickar sockor åt förstagångsmammor och adoptivföräldrar. (Marthaförbundet, u.å.)

### **3 Sociala medier**

Människan har ett behov av att kommunicera. Genom sociala medier har kommunikationen blivit ännu mer tillgänglig för många människor än innan. I kapitlet behandlas sociala medier ur ett historiskt perspektiv, med utgång i internets uppkomst och utveckling. Sociala medier förklaras och diskuteras. Olika typer av sociala medier tas upp och en djupdykning görs i blogg. Även övriga sociala medier förklaras kort för att ge en överblick av tillgängliga sociala medier och hur de kan sammanlänkas. Till följande diskuteras anledningar och teorier kring varför människor upprätthåller sociala medier och väljer att dela med sig av sina liv, tankar och känslor på sociala medier. Slutligen behandlas de två olika perspektiven ur vilka man kan ta sig an temat sociala medier, nämligen producentperspektiv och användarperspektiv.

#### **3.1 Sociala medier ur ett historiskt perspektiv**

De sätt vi kommunicerar på har utvecklats radikalt. På 1600-talet var den snabbaste vägen att ta kontakt med någon att skicka ett brev som tog ett flertal dagar att transportera. Sedan internets breda spridning kan vi skicka e-post till vilket land som helst på några sekunder. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 7.)

Sociala medier baseras på internets existens. Internet i olika former har funnits sedan slutet av 1960-talet, men på 1990-talet blev internet ett vardagligt fenomen i västvärlden. Internet fick en snabb spridning och år 2002 hade över hälften av Sveriges befolkning tillgång till internet och 32 procent av befolkningen använde internet en genomsnittlig dag. Den här formen av internet användes med stationära datorer och kopplades upp via telefonmodem, vilket bidrog till att internet kunde upplevas som väldigt långsamt. Fram till 2006 skedde en snabb utveckling av uppkopplingsmöjligheterna och det året hade 50 procent av svenskarna bredband i hemmen. En annan avgörande del för utvecklingen av internetanvändning var när användningen av bärbara datorer och då också mobila datorer fick genomslagskraft. Ännu ett avgörande skifte kom när man övergick från att se internet som en informationskanal till att bli en plattform. Den versionen av internet kallas webb 2.0. Det talades om rikare användningsmöjligheter och möjlighet till interaktion och samarbete på internet. (Olsson, 2017, s. 10–12.)

De tekniska möjligheterna för sociala medier ligger i versionen 2.0 av internet och i dess enkelhet, tillgänglighet och snabbhet. Utvecklingen av smarta telefoner och surfplattor har varit explosionsartad. År 2014 hade fler än sju av tio svenskar tillgång till internet via sina telefoner. Utvecklingen av många applikationer bygger på idén att användarna ska vara aktiva deltagare. (Olsson, 2017, s. 12–13.)

År 2019 använde alla finländare i åldrarna 16–44 internet. Ju högre upp i åldrarna man går blir det något färre som använder internet. I åldersgruppen 45–54 använder 98% internet, i åldersspannet 55–64 är det 96% som är internetanvändare och i åldrarna 65–74 använder 80% internet. 70% av alla finländare använder internet flera gånger om dagen. För 80% av befolkningen är den vanligaste enheten att använda internet på mobiltelefon. (Statistikcentralen.)

### **3.2 Sociala medier som begrepp och fenomen**

För att skilja sociala medier från övriga massmedier kan man definiera *sociala medier* som plattformar där användarna producerar innehållet eller som en kontext för social interaktion och för människors vardagliga kommunikation (Andersson, 2017, s. 21). Mängden av olika medier är stor och sociala medier är en del av den helheten. För att tillhöra gruppen sociala medier krävs det att det är en internetbaserad plattform där användaren eller användarna skapar material och kommunicerar. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 7.) Enligt Golbeck (2015) baseras sociala medier långt på interaktion. Vem som helst kan nå ut till en stor grupp människor. Traditionell media bygger däremot på att endast någon eller några kan nå ut med material till en stor grupp människor. Sociala medier har en stor plats i många människors vardag, de används för att hämta information, kunskap och nyheter. Istället för att benämna sociala medier som nätbaserade plattformar, som Herbert och Englund Hjalmarsson (2012, s. 7) gör, benämner Olsson (2017, s. 9) sociala medier som applikationer.

Med tanke på den snabba utveckling som sociala medier har haft kan det vara utmanande att ge en definition av begreppet som gäller över en längre tid, eftersom sociala medier kan utvecklas lika snabbt framöver. Enligt de benämningar som framkommit tidigare i kapitlet och som också tas fasta på av Holmström och Wikberg (2015, s. 16–21) är det enkelt för privatpersoner att använda sociala medier. Det krävs inga stora resurser, tekniska kunskaper eller specifik utbildning för att kunna använda eller producera

innehåll i sociala medier. Den här definitionen av sociala medier exkluderar till exempel etablerade tidningar och företag som använder sig av sociala medier. En journalist som är anställd på en tidning kan ha som arbetsuppgift att publicera innehåll på tidningens blogg, Facebook eller på någon annan plattform. Då är inte de sociala medierna tillgängliga för vem som helst utan innehållet och publiceringstid kan vara fastställda på förhand och innehållet kan vara lika noggrant faktagranskad som en traditionell tidningsartikel. Det kan alltså vara utmanande att ge en klar definition av begreppet sociala medier som inte ger några möjligheter till undantag. Därför kan det vara givande att göra en fördjupning i olika typer av sociala medier och hur de kan användas, vilket kommer att diskuteras senare i kapitlet. De traditionella medierna och sociala medier är tätt sammanlänkade på många sätt. Nyheter kommer inte enbart från traditionella medier, utan olika företag, organisationer och myndigheter sprider nyheter och information genom sociala medier. Dessa nyheter kan långt se ut som nyheter i traditionella medier gjort innan sociala mediers existens, med till exempel intresseväckande rubriker, ingress och grafik. Även traditionella medier har förändrats i och med sociala mediers spridning. Journalister möter nya sätt att distribuera material. (Isaksson & Mattsson, 2017, s. 97–99.)

En central del av sociala medier är representationen användaren gör av sig själv samt de sociala interaktionerna. Självrepresentationen i sociala medier kan delas in i två kategorier, direkta och indirekta. Den direkta självrepresentationen baseras på den personliga profilen som användaren har på sociala medier, till exempel profilbilder och beskrivningar av sig själv. Den indirekta självrepresentationen baseras på alla de inlägg, uppdateringar, bilder, länkar, kommentarer, vänner, följare och det man följer på sociala medier. Tillsammans bidrar alla de aspekterna till en del av användarens självrepresentation. På sociala medier kan man över tid betrakta hur användarens självrepresentation är dynamisk och förändras. Det är inte möjligt att visa hela sitt liv och hela sin personlighet på sociala medier. Därför gör användaren konstant urval för att avgöra vad som ska representeras på sociala medier. Mottagaren eller publiken i ett socialt sammanhang är avgörande för hur vi presenterar oss. Många människor väljer sitt beteende och agerande beroende på i vilket socialt sammanhang man befinner sig och vem som är mottagaren. På sociala medier kan mottagaren vara diffusare än i andra sammanhang. Mottagaren kan vara känd eller okänd för användaren och bredden på mottagarskaran kan vara bredare än i övriga sociala sammanhang. Många sociala medier

ger möjlighet för användaren att kontrollera materials tillgänglighet genom till exempel blockeringar eller exkluderande koder. (Andersson, 2017, s. 24–25.)

### **3.2.1 Kommersiella företag**

Sociala medier fungerar som plattformar för kommunikation, dela och ta del av innehåll och för att umgås med bekanta, men de är i grund och botten kommersiella företag. Aktörer bakom sociala medier har behövt komma fram till nya sätt att generera inkomst, jämfört med hur övriga medier gör. Utbudet och tillgängligheten på sociala medier är stort och det mesta är och förväntas av konsumenterna vara gratis, medan en tidningsprenumeration kan och förväntas kosta för användare. (Martinez & Sandberg, 2017, s. 67–68.)

En viktig grundtanke i sociala medier är att aktivitet lockar fler användare och gör att användarna stannar. Till exempel gör responsknapparna på Facebook det lätt för användarna att vara aktiva och ge respons på material. Känslan av samhörighet är även grundläggande i många sociala medier. Därför är funktioner som att följa, tagga och prenumerera viktiga. Innehållsskapare på sociala medier kan generera inkomst genom reklam, sponsringskontrakt och kommersiella samarbeten. De kommersiella företagen bakom sociala medier genererar också inkomst tack vare innehållsskaparen och den reklam som genom den når ut till användarna. En annan strategi för att ta betalt på sociala medier är att erbjuda delar av innehåll gratis, medan övriga delar av innehållet finns tillgängligt mot betalning. Den här typen av strategi är vanligast inom sociala spel och virtuella världar, men finns också i en del sociala nätverkstjänster. (Martinez & Sandberg, 2017, s. 68–75.)

På sociala medier är det möjligt att få en tydlig överblick över sina användare, till exempel med hjälp av användares sökhistorik, platsinformation, personliga intressen och nätverk. Den aktivitet användare har på sociala medier registreras och kombineras och företag kan använda informationen för att anpassa reklam som verkar passar till just den användaren. (Martinez & Sandberg, 2017, s. 71–73.)

## **3.3 Olika former av sociala medier**

Herbert och Englund Hjalmarsson (2012, s. 7) kategoriserar bloggar, mikrobloggar, nätgemenskaper, forum, wikier, webbplatser där användare kan dela media samt

motsvarande offentliga webbplatser som sociala medier. På de plattformarna kan alltså användare delta och interagera, medan till exempel e-post inte räknas till sociala medier eftersom de oftast är privata och riktar sig till en person. Inte heller en webbplats som inte inbjuder till kommunikation eller medskapande av material hör till sociala medier.

Enligt Olsson (2017, s. 9) är Facebook och Instagram de två sociala medier som används mest av Sveriges befolkning. I genomsnitt sätter svenskarna en timme per dag på sociala medier, men det är stora kontraster mellan till exempel olika åldersgrupper.

Statistik från år 2019 visar att i Finland har YouTube 2,8 miljoner användare, vilket är ungefär 67% av alla över 15 år. Facebook används av ungefär 2,7 miljoner finländare och Instagram av 2 miljoner invånare. 112 000 finländare skriver eller läser inlägg på Twitter minst en gång i veckan. Över 900 000 finländare läser bloggar. (Niemi, 2019.)

I och med att det finns många populära sociala medier är det vanligt att bloggskribenter använder övriga plattformar för att sprida bloggen och det material som finns på bloggen. Facebook har en funktion som ger möjlighet att länka till en blogg och på så sätt dra nytta av trafiken som finns på Facebook-profilen till bloggen. På YouTube kan man på sin kanal och i videobeskrivningar länka till blogg och på så sätt skapa trafik till de båda plattformarna. Även på Instagram finns det möjlighet att i användarprofilen länka till en blogg. I och med att man på Pinterest kan spåra bilders och videors ursprung är det möjligt att genom Pinterest sprida vidare material från en blogg. (Butow & Bollwitt, 2013, s. 57, 61–63, 70.)

### **3.3.1 Blogg**

Ordet blogg är en förkortning av ordet webblogg. I en mer internationell kontext stavas ordet blog. En blogg kan bestå av text, bild, video eller övriga typer av material. (Holmström & Wikberg, 2015, s. 26.) Begreppet blogg eller webblogg är äldre än begreppet sociala medier. Runt år 2000 började blogg bli ett etablerat kommunikationsforum. Butow och Bollwitt (2013, s. 8) visar på studier där man ser bloggandets popularitet. År 2006 fanns det 36 miljoner bloggar världen över och år 2011 hade antalet ökat till över 181 miljoner bloggar. En blogg består av blogginlägg som långt kan likna krönikor, artiklar eller produktinformation. Blogginläggets längd och utformning beror bland annat på bloggens syfte och inriktning. Om blogginlägget är långt kan det hjälpa läsaren om underrubriker används vilket gäller oavsett medium. Till bloggande hör en möjlig dialog med bloggens läsare, läsarna kan skriva kommentarer till

blogginlägg och skribenten kan i sin tur svara på kommentarerna. Genom att uppmuntra till diskussion kan läsarna bli sugna på att skriva en kommentar. För att hålla en god kontakt med läsarna behöver skribenten besvara frågor som läsarna skriver i kommentarsfältet. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 80–86.)

En blogg skiljer sig från en traditionell webbplats genom större snabbhet och direkthet. Ett blogginlägg kan publiceras när som helst, redigeras och raderas. Möjligheten att välja språk och material är större i en blogg. En traditionell webbplats bygger främst på envägs kommunikation medan bloggen kan ha tvåvägs kommunikation genom ett öppet kommentarsfält. Skribenten kan även svara på kommentarerna och på så sätt fortsätta dialogen med läsarna. (Ström, 2010, s. 30.)

Det är möjligt att upprätthålla en blogg på två olika sätt. En möjlighet är att starta blogg på en portal där det finns färdiga mallar för hur bloggar kan se ut och där portalens namn ofta syns med i bloggans länk. Exempel på sådana portaler är Blogger och Wordpress. Den andra möjligheten är att blogga på en egen sida och då är det skribenten själv som ska utforma sidan från grunden. (Butow & Bollwitt, 2013, s. 42–46.) Toikkanen och Kananen (2014, s. 10) påpekar att de första bloggportalerna som blev populära i Finland var de internationella portalerna som redan nämnts, Blogger och Wordpress. Men utöver dessa två internationella bloggportalerna finns också mer lokala portaler som erbjuder möjlighet för personer att starta en blogg. Några lokala bloggportaler är Blogit, Sevendays och Nouw (Blogit, u.å., Sevendays, u.å. och Nouw media, u.å.).

Bloggar var från början ett datorbaserat nätverk. Som redan nämnts fanns bloggar innan begreppet sociala medier utvecklades. I och med att smarttelefoner och applikationer utvecklades så har det också blivit möjligt att blogga från pekplattor och smarttelefoner. Många bloggportaler finns också som applikation. (Butow & Bollwitt, 2013, s. 194–195.)

### **Slöjdblogg**

Det har redan konstaterats att det inte finns ett stort utbud av forskning inom temat slöjd i sociala medier. Som nämntes i inledningen av denna avhandling har Vilhunen (2018) skrivit en avhandling med temat stickbloggar, vilket är en form av slöjdblogg. Hon kom fram till att en slutgiltig definition av begreppet sticklogg är svår. Bloggarna kan ha olika användningsmönster och bestå till olika grad av hantverksrelaterat material. En del stickbloggar kan även definieras som en personlig blogg eller som en anteckningsbok. Bloggens innehåll och stil kan även förändras över tid. (Vilhunen, 2018, s. 161–172.)

I Vilhunen (2018) undersökning framkom möjligheterna som internet ger till att lära sig hantverksrelaterade aspekter, till exempel kan man lära sig en ny teknik genom videor som visar hur tekniken fungerar. På internet och sociala medier kan man även ta del av instruktioner och mönster. Ravelry och bloggar är exempel på sociala medier där man kan få tillgång till instruktioner och mönster. Undersökningens resultat visar på att bloggande även kan ge möjlighet till företagsverksamhet, bland annat försäljning av slöjdprodukter eller slöjddredskap. Slöjdalster kan vara försäljningsarbete, produkter till sig själv, för släkt och vänner eller gåvor. Stickning kan uppfylla behov, men även vara ett nöje. En stickblogg kan fungera som en kanal för marknadsföring och även försäljning kan ske genom en blogg. Själva bloggandet kan även fungera som en kreativ process. Till bloggandet hör att man kan skapa blogginlägg där det ingår bilder, vilket också kan vara en orsak till att upprätthålla en stickblogg. Bloggen kan även fungera som ett CV eller portfölj över prestationer som skribenten gjort. Genom att stickblogga kan det vara lättare för skribenten att upprätthålla stickandet. Bloggen kan höja den personliga entusiasmen för hantverk. (Vilhunen, 2018, s. 101–163.)

På stickbloggar delar skribenterna med sig av slöjdprodukter, slöjdprocesser, verktyg och material. Skribenterna beskriver i undersökningen hur hantverk kan ge framgångsupplevelser, ökar självkänslan och ger njutning. Genom att dela med sig i bloggformat kan skribenterna se tillbaka och minnas slöjdprojekt, men också inspirera och dela lärdomar med läsarna. Skribenterna framhävde även fördelar med att följa andra bloggar, som till exempel för att få idéer, nya bekantskaper och nätverk samt för att se andra slöjdprodukter. Kommentarer på bloggen kan fungera som en motiverande faktor till att försätta blogga, eftersom skribenterna angav att de vanligtvis får positiva kommentarer på sin blogg. Även om man inte upprätthåller en blogg enbart för läsarna, angav skribenterna att läsarna fungerar som en viktig motivationsfaktor. (Vilhunen, 2018, s. 105–117.)

Genom stickbloggar kan skribenter och läsare sticka tillsammans genom att dela mönster, idéer och hjälpa varandra. Därför kan bloggar ersätta hantverksgrupper som träffas ansikte mot ansikte. Studien visar på flera gemensamma faktorer i nätbaserad stickgrupp och grupper som träffas ansikte mot ansikte. De sociala fördelarna uppfattas i båda formerna av grupper. Speciellt för personer som inte kan delta i ordnade hantverksgrupper kan gemenskapen genom stickbloggar vara ett alternativ. Möjligheten att få feedback är en av anledningarna till att upprätthålla en stickblogg och det är även en anledning till att



delta i en hantverksgrupp. Bloggar har gjort det möjligt för hantverksintresserade att interagera på ett nytt sätt, till och med på ett globalt plan. (Vilhunen, 2018, s. 166–174.)

Resultatet i Vilhunen (2018) avhandling baseras på enkätundersökning som utfördes i två omgångar, 2008 och 2013. Vid tiden för den andra delen av undersökningen har engagemanget för stickbloggar minskat. Det har uppkommit nya former av medier som tagit över en del av stickbloggande, som till exempel Facebook och Ravelry. Bloggandet har inte försvunnit, men förändrats. Bloggarna som deltog i undersökningen ser fördelar med att även använda andra sociala medier än enbart blogg. Till exempel kan man dela blogginlägg på Facebook. På Facebook finns många slöjdrelaterade grupper och sidor. På Ravelry kan man få inspiration och idéer till slöjdprojekt. (Vilhunen, 2018, s. 111, 173–174.)

### **3.3.2 Facebook**

Mark Zuckerberg startade Facebook år 2004 och det sociala nätverket riktades då till studenter vid universitet i USA. Facebook spreds sedan bland akademiska kretsar samt utanför USA och fick då användare världen över. Facebook är det sociala mediet med störst spridning. År 2013 nådde Facebook en miljard användare. I Sverige använder 7 av 10 internetanvändare, vilket ligger på 90 procent av befolkningen, Facebook och många har även daglig uppdatering på Facebook. (Olsson 2017, s. 9–14.) På Facebook gör man statusuppdateringar, skriver direktmeddelanden till andra användare, delar bilder, kommenterar på andras inlägg och samlar medlemmar till grupper. Det sociala nätverk en användare har på Facebook består av vänner eller nätverkskontakter, gillade sidor och grupper. Grupper kan startas av vilken Facebookanvändare som helst. En annan funktion på Facebook är att man kan göra evenemang. Evenemanget får då en egen sida där administratören kan bjuda in vänner och informera om det kommande evenemanget. (Ström, 2010, s. 64–73). På Facebook kan man öppna konto som privatperson eller som företag. Ett företagskonto ger möjlighet för personer att gilla företagssidan och få uppdatering från den, men företagssidan får inte på samma sätt uppdatering från alla som gillat. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 63–65.) En sida på Facebook fungerar som en slags marknadsföringsaffisch och är som en sajt inom Facebooks ramar. Företaget eller organisationen som har hand om sidan kan skriva uppdateringar och det ger möjlighet att skapa diskussion med de som gillat sidan och på så sätt läser uppdateringarna. (Ström, 2010, s. 67–68.)

### **3.3.3 YouTube**

YouTube lanserades år 2005 av Chad Hurley, Steve Chen och Jawed Karim. Grundtanken med YouTube var av teknisk karaktär, man ville få bort de tekniska barriärer som fanns för användare som ville dela med sig av videor på nätet. År 2006 såldes YouTube åt Google. År 2008 fanns det 85 miljoner videor på YouTube och år 2013 rapporterade YouTube att över 100 timmar av videomaterial laddades upp varje minut. På YouTube kan man titta på videor och ladda upp videor utan att besitta en bred teknisk kunskap. Användare kan följa kanaler och på så sätt lätt uppdateras om nya videor. (Burgess & Green, 2018, s. 6–13.)

### **3.3.4 Instagram**

Instagram lanserades år 2010 och hade därefter en snabb spridning. År 2014 hade Instagram 200 miljoner användare. Instagram är en applikation för foto och film där man också kan redigera sitt material. År 2015 gjordes en undersökning som visade att 40 procent av svenska internetanvändare använde Instagram. (Olsson, 2017, s. 14). Instagram är gjord för att användas på mobila apparater där man snabbt kan dela med sig av fotografier eller videor med sina följare. Dagligen sätts det upp cirka 55 miljoner fotografier på Instagram. Instagram erbjuder färdiga filter som användarna kan applicera på sitt material innan de publicerar. Användarna kan även komplettera material med bildtext, länka till andra konton och skriva hashtags genom att använda symbolen #, med vilka man beskriver bilden eller filmen. (Hu, Manikonda & Kambhampati, 2014, s. 595–596.)

Butow och Bollwitt (2013, s. 62) beskriver Instagram som ett minimalistiskt forum för sociala nätverk. Från Instagram kan man dela vidare material på bland annat Facebook och Twitter. Instagram är ett kommunikativt nätverk i och med att man kan kommentera, gilla och dela andras material. Genom Instagram kan man öka trafik till en blogg, till exempel genom att länka till bloggen i sin Instagramprofil.

### **3.3.5 Twitter**

Twitter är en form av mikroblogg som lanserades år 2006 och utvecklades för att användas på mobiltelefoner, men kan också användas på dator. År 2012 hade Twitter 500 miljoner användare. (Olsson, 2017, s. 14.) På Twitter kan användaren publicera inlägg med max 140 tecken. Alla twittringar står självständiga och kopplas inte ihop med andra inlägg man gjort. Läsare kan besvara inlägg eller återtwittra inlägg som andra skrivit och på så sätt skapa dialog. Till skillnad från en vanlig blogg går det inte att redigera

publicerade inlägg eller kommentera direkt på inlägg. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 67–79). En mikroblogg är en blandning mellan en blogg och ett chattforum. Användaren skriver ett kort inlägg som direkt syns hos de som följer. Förutom privatpersoner kan också företag, organisationer och varumärken använda Twitter. (Ström, 2010, s. 76–77.)

### **3.3.6 Pinterest**

Pinterest lanserades 2010 och är en plattform som kombinerar möjligheten till social interaktion och samlarförmåga. Pinterest bygger på att användare samlar på bilder och videor och *pinnar* dessa till egna anslagstavlor. Att pinna är det begrepp som Pinterest använder för att spara en bild eller video. Allt material på Pinterest går att spåra tillbaka till sitt ursprung, till exempel på en blogg eller hemsida. På Pinterest kan man kommentera, gilla eller återpinna material. Det finns också möjlighet att följa andra användare eller specifika anslagstavlor. (Hall & Zarro, 2013, s. 1–2.)

### **3.3.7 Wikipedia**

Wikipedia är ett uppslagsverk som skapas av användarna. Syftet med Wikipedia är inte som i många andra sociala medier att skapa och stärka relationer. Men Wikipedia kan ändå räknas till gruppen sociala medier eftersom det är baserat på användarnas deltagande och skapande. Det är användarnas ansvar att se till att information som skrivs är korrekt och att översätta artiklar till olika språk. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 86–91.)

### **3.3.8 Ravelry**

Ravelry är en plats för personer som stickar, virkar, designar, spinner garn, väver och färgar garn. På sidan kan man hålla koll på sina projekt, mönster, verktyg och garn, men också söka och få inspiration av andra användare. Det är möjligt att komma i kontakt med människor runt om i världen som har handarbete som intresse. (Ravelry.com)

### **3.3.9 Sociala medier i jobsammanhang**

Ett sätt för företag att marknadsföra sig är genom att ha egna kanaler på olika sociala medier, till exempel en företagsblogg. Ett annat sätt för företag att marknadsföra sig via sociala medier är att marknadsföra sig via stora profiler, till exempel bloggar med många läsare. (Ström, 2010, s. 30–41). Sätten att göra lyckad reklam på har förändrats i och med sociala medier. De traditionella sätten har varit att göra annonskampanjer på bland annat tv, i tidningar eller på reklampelare. Till skillnad från sådan reklam, som har en

envägskommunikation, är det möjligt att genom sociala medier göra reklam som har en tvåvägskommunikation. Företag lyckas bäst med sin marknadsföring ifall de skapar dialog i sociala medier om bland annat vilka produkter och tjänster som företaget har tillgängligt och bemöter kundernas frågor. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 8–9.)

Genom sociala medier kan företag kommunicera med sina kunder, potentiella kunder eller intresserade publik. I och med att sociala medier inbjuder till interaktion kan företag hjälpa kunder som har frågor och bygga en bättre relation med sina kunder. Ett annat sätt som företag har nytta av sociala medier är att ta reda på kunders åsikter om produkter eller tjänster. (Golbeck, 2015, s. 213.)

### **3.4 Att dela med sig på sociala medier**

Golbeck (2015, s. 203–204) framhäver tre övergripande orsaker till att använda sociala medier. Den första orsaken är spridning av och viljan att dela med sig information eller kunskap. En annan orsak är möjligheten att få feedback, åsikter eller information av andra. Den tredje orsaken till att använda sociala medier är kommunikation och diskussion med andra.

Sutradhar (2017) har skrivit en artikel baserat på boken *Contagious: Why Things Catch on* skriven av Jonah Berger. I artikeln tar Sutradhar upp anledningar till att människor delar med sig på sociala medier. En betydande anledning till att många väljer att dela med sig på sociala medier är viljan att prata om sig själv. Över 50 procent av alla tweets på Twitter är ur skribentens perspektiv. Människor tycker om att prata om sig själva och sina egna erfarenheter eftersom det sparkar igång hjärnans belöningssystem. Utöver denna anledning tar Sutradhar upp fyra övriga anledningar till att människor delar med sig på sociala medier. Den första anledningen är information. Människan vill framföra användbar information till andra. Social status är den andra anledningen. Det som en person delar med sig av på sociala medier inverkar på hur omvärlden ser på personen, därför vill man dela med sig av sådant som höjer ens sociala status. Människor delar hellre med sig av material som får en att verka rolig istället för tråkig, smart istället för korkad och så vidare. Den tredje anledningen till att dela med sig på sociala medier är känslor. Känslor gör att människor vill dela med sig, till exempel om man besökt en mäktig sevärdhet och sätter upp en bild av besöket på sociala medier uppkommer positiva känslor

både hos besökaren och hos iakttagarna på sociala medierna. Känslor formar relationer mellan människor. Exempelvis skapas ett band till likasinnade när man uttrycker sina känslor kring politiker på sociala medier. Den allmänna åsikten är den fjärde anledningen till att dela med sig på sociala medier. Är man själv osäker på sitt val vänder man sig till andra för svar. Chansen är större att man ser en film eller går till en restaurang som andra har rekommenderat.

Toikkanen och Kananen (2014, s. 11) framför anledningar till att driva en blogg. Det är vanligt att människor läser och inspireras av andra bloggar, vilket kan göra steget till att starta en egen blogg mindre. En blogg kan fungera som en dagbok, en hobby eller kanal för arbetssökning. Precis som Vilhunen (2018) kom fram till i sin doktorsavhandling påpekar även Toikkanen och Kananen (2014, s. 11–15) att man genom att blogga kan dela känslor och nyheter till familj och vänner, men även till människor världen över. Genom bloggande kan man komma i kontakt med likasinnade människor, till exempel genom att ta del av bloggar inom den kategori som intresserar en själv. Vanliga kategorier som man delar in bloggar är livsstil, träning, foto, mat, film och konst. En slöjdblogg kan vara en form av konstblogg. Toikkanen och Kananen (2014, s. 15) framhäver att man kan använda en konstblogg som en portfolio och på bloggen kan andra och skribenten själv följa utvecklingen. Om konstformen är slöjd kan man på en blogg dela med sig av sin slöjdprocess, från planering till färdig produkt.

Haaso (2016) påpekar att sociala medier har gjort slöjd tillgänglig för alla. På Instagram publiceras mängder med slöjdrelaterade bilder och på Facebook finns det stort utbud av slöjdgrupper. På sociala medier kan man ingå i olika grupper, dela med sig av bilder på sitt arbete, utvärdera andras produkter, samla idéer och dela med sig av erfarenheter. En orsak till att dela med sig på sociala medier är möjligheter till beundran och beröm.

### **3.5 Producent- och användarperspektiv**

Som nämndes i inledningen kan man ta sig an forskning i sociala medier ur två perspektiv, producent- respektive användarperspektiv. Producentperspektivet syftar på de som producerar material på sociala medier och användarperspektivet på de som tar del av material. En producent är ofta även en användare, vilket betyder att de båda perspektiven inte är två helt skilda fenomen. (Andersson, 2017, s.21.)

Herbert och Englund Hjalmarsson (2012, s. 11–59) ger riktlinjer som man kan följa när man som producent ska komma igång med sociala medier. De företag som lyckats bäst på sociala medier har haft tydliga mål och strategier med sitt innehåll och sin närvaro på sociala medier. Som producent på sociala medier behöver man anpassa sitt innehåll efter syfte, användarna och det medium som används. Ju tydligare producenten är med sitt syfte på sociala medier desto lättare blir kommunikationen med användarna. Som producent på sociala medier kan man fundera på vem man producerar innehåll för och på så sätt ha en bild av vem användaren är.

På sociala medier krävs social kompetens, ur både producent- och användarperspektiv. Lagar och regler som krävs i övriga medier gäller också på sociala medier, så som upphovsrättslagen. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 21–59.) Specifika sociala medier kan även ha egna regler som man behöver följa.

## 4 Metod och genomförande

I kapitlet kommer undersökningens syfte och studiens forskningsfrågor att fastställas. Reflektioner av forskningsmetod i fråga om kvalitativ eller kvantitativ inriktning, samt om valet av datainsamlingsmetod förekommer. Metoden innehållsanalys, valet av undersökningsgrupp och analysens genomförande beskrivs. Slutligen diskuteras undersökningen ur ett etiskt perspektiv.

### 4.1 Precisering av syfte och forskningsfrågor

Syftet med avhandlingen är att undersöka svenskspråkiga slöjdbloggar. Vilken typ av slöjd förekommer i svenskspråkiga slöjdbloggar och hur ser en slöjdblogg ut? Syftet är även att ta reda på varför skribenten väljer att blogga om slöjd, alltså vilka motiv ligger bakom bloggandet. För att få mer kunskap om slöjd i sociala medier syftar studien även till att undersöka vilka övriga sociala medier som bloggarna använder för att publicera slöjdmaterial.

Forskningsfrågorna för studien lyder:

1. Vilken typ av slöjd syns i svenskspråkiga bloggar?
2. Hur ser en slöjdblogg ut?
3. Vilka motiv finns till att blogga om slöjd?
4. Utöver blogg, vilka övriga sociala medier använder slöjdbloggare?

Forskningsfrågorna syftar till att undersöka och analysera svenskspråkiga slöjdbloggar. Den första forskningsfrågan syftar till att ta reda på vilken typ av slöjd som syns i svenskspråkiga bloggar, så som vilka slöjdtekniker och material som presenteras. Med den andra forskningsfrågan avses att analysera hur en slöjdblogg utformas och vilka typer av blogginlägg en slöjdblogg består av. Den tredje forskningsfrågan syftar till att ta reda på motiven till att skribenten väljer att blogga om slöjd. Har bloggarna tänkt på motiven till att blogga om slöjd och vilka är motiven i så fall? Den fjärde forskningsfrågan avser att undersöka vilka andra sociala medier slöjdbloggarna använder, utöver blogg. Eftersom det inte finns någon samlingsplats för olika sociala medier, finner jag det givande att få en inblick i vilka andra sociala medier som bloggarna använder.

## 4.2 Val av datainsamlingsmetod

Kvalitativ och kvantitativ är två centrala paradigmer inom forskning när det handlar om hur man får fram och alstrar information om samhället. Forskning kan vara endera av kvalitativ eller kvantitativ karaktär, men även en kombination av båda. (Tjora, 2012, s. 13.) Valet mellan kvalitativ och kvantitativ metod baseras på undersökningens frågeställningar och forskningsfrågor. Kvalitativa och kvantitativa forskningar kompletterar varandra och båda typerna av forskning behövs för att vetenskapen ska gå framåt. Det finns ingen bättre eller sämre metod, men undersökningens frågeställningar kan kräva en viss metod. En tumregel är att vid utforskade fenomen rekommenderas kvalitativa metoder och när man ska testa en ställd hypotes rekommenderas kvantitativa metoder. Med en kvantitativ studie vill man hitta generaliserbara strukturer, medan en kvalitativ studie syftar till att tolka och förstå resultat som framkommer (Björkqvist, 2012, s. 25–28; Stukát, 2011, s. 34–39.) Temat för den här avhandlingen är utforskad. Det finns forskning kring sociala medier och forskning kring slöjd, men en kombination av dessa två delar är inte utforskad. Därför faller det naturligt att frågeställningarna för studien blir av kvalitativ karaktär. Frågeställningarna för den här studien är av kvalitativ karaktär men med inslag av kvantitativa drag. Syftet med studien är att undersöka svenskspråkiga slöjdbloggar. Undersökningen kommer att vara en kvalitativ analys av svenskspråkiga slöjdbloggar men med kvantitativt inslag där kartläggning av slöjdteknikers och materials förekomst i bloggarna utförs. Även vid undersökning av hur slöjdbloggar utformas och ser ut kan man se kvantitativa drag, eftersom undersökningen syftar till att ta reda på hur vanligt förekommande olika typer av blogginlägg är. Trots dessa kvantitativa drag i undersökningen kan man inte fastställa att studien är av en ren kvantitativ karaktär eftersom det är ett relativt litet sampel som undersöks. Man kan inte fastställa sammanlagda antalet svenskspråkiga slöjdbloggar som finns, men insamlandet av bloggarna har gjorts för att vara så omfattande som är möjligt, men ändå vara inom rimliga gränser för en magisteravhandling.

Några datainsamlingsmetoder som kan övervägas för denna studie är intervju, enkät och innehållsanalys. För att som forskare kunna välja den eller de datainsamlingsmetoder som fungerar bäst för studien behöver man känna till för- och nackdelar med olika typer av metoder. Metodval görs utgående från forskningsproblemet. (Bell 2006, s. 33; Stukát, 2012, s. 41–61.)



En vanlig datainsamlingsmetod inom den kvalitativa forskningsansatsen är intervju. Halvstrukturerad intervju och djupintervju är två olika typer av vanliga intervjuformer. Fokusgrupp eller gruppintervju är en tredje variant där deltagare bjuds in till diskussion om ett visst område och forskaren fungerar som ordförande. En utmaning med metoden är det stora krav som ställs på frågorna och de eventuella svarsalternativen, vilket det behövs läggas mycket tid på att utforma. (Tjora, 2012, s. 81–93; Stukát, 2011, s. 42–47.)

I studier där man behöver nå ut till fler människor än vad som är möjligt med intervju som metod kan enkät vara ett bättre alternativ. Vid utformning av enkät utgår man från forskningsfrågorna för att få fram enkätfrågor som informanterna kan svara på. En enkät kan bestå av strukturerade och ostrukturerade frågor eller en blandning av båda. Ju fler informanter desto mer strukturerad behöver en enkät vara för att forskaren ska kunna bearbeta svaren. Strukturerade frågor består av fastställda svarsalternativ, medan ostrukturerade frågor är öppna och ger informanterna möjlighet att svara fritt. Precis som vid intervju behövs frågorna i en enkät granskas och bearbetas innan enkäterna når respondenterna. En annan utmaning med enkät är risken för bortfall. Det kan vara utmanande att motivera en stor grupp att delta och även att kontrollera om frågorna uppfattats korrekta. (Stukát, 2011, s. 47–52.)

En metod som kan användas för att samla in information är innehållsanalys, vilket också kan benämnas dokumentanalys eller textanalys. Frågor som kan besvaras med innehållsanalys är, vad tas upp, hur mycket tas upp, vad tas inte upp och på vilket sätt görs beskrivningar. Ifall analysen är djupgående och teoretisk kallas den ofta textanalys medan innehållsanalys innebär en mer kvantitativ analys. Om det görs en jämförelse mellan texter kallas det för en komparativ studie och en semiotisk analys innebär att granskning görs av både bild och text. (Stukát, 2011, s. 60–61.) Vid utförande av en innehållsanalys räknar man vanligtvis antal gånger som någon viss term eller faktor förekommer i ett urval av källor. Det kan vara möjligt att ta det av alla källor inom den aktuella kategorin för undersökningen, men ofta måste ett urval göras. Då är det viktigt att kunna försvara sin urvalsmetod och urvalet måste vara tillräckligt stort för att kunna dra hållbara slutsatser. (Bell, 2006, s. 129–130.)

Den metod som valts för undersökningen är innehållsanalys, närmare bestämt semiotisk analys i och med att både bloggarnas texter och bilder kommer att analyseras. Anledningen till att innehållsanalys valdes var för att det material som ska undersökas redan existerar och genom analys av materialet kan man få resultat till de forskningsfrågor

som ställts. Stukát (2011, s. 60–61) ger exempel på frågor som kan besvaras genom innehållsanalys. Sådana frågor är exempelvis; vad tas upp i materialet som ska analyseras, hur tas det upp och vad tas inte upp? Dessa frågeställningar överensstämmer med avhandlingens forskningsfrågor. Den ursprungliga tanken var att innehållsanalysen kunde kompletteras med intervjuer eller enkäter, men efter utförd innehållsanalys togs valet att enbart basera resultatet i denna studie på innehållsanalysen. Innehållsanalysen gav svar på de forskningsfrågor som ställts för avhandlingen och därför skulle intervjuer eller enkäter gjort att resultatet skulle ha blivit för omfattande för en magisteravhandling. Fördjupnings- och fortsättningsmöjligheter inom ämnet tas upp i diskussionskapitlet, under rubriken fortsatt forskning.

### **4.3 Val av undersökningsgrupp**

Syftet med studien är att undersöka svenskspråkiga slöjdbloggar. Valet gjordes mellan att avgränsa undersökningsgruppen till svenskspråkiga slöjdbloggar, slöjdbloggar i Finland eller slöjdbloggar i Svenskfinland. Anledningen till att valet blev svenskspråkiga slöjdbloggar är för att innehållet i sociala medier inte håller sig till landsgränser utan en mer avgörande faktor för vilka sociala medier en användare tar del av är språket. För att inte riskera att undersökningsgruppen blev för liten valdes inte enbart finlandssvenska slöjdbloggar och istället inkluderades alla svenskspråkiga slöjdbloggar i undersökningsgruppen.

Vid val av undersökningsgrupp måste forskaren ta ställning till om hela gruppen som undersöks kan delta, vilket kallas populationsundersökning, eller om man behöver göra ett stickprov. Om man gör ett stickprov kallas undersökningen för en urvalsundersökning. En orsak till att utföra en urvalsundersökning är brist på resurser. Att utföra en populationsundersökning kan vara tidskrävande och därför är det vanligt att studeranden som skriver avhandlingar utför en urvalsundersökning. (Stukát, 2011, s. 63–73). Undersökningen för den här avhandlingen är en urvalsundersökning, vilket beror på den orsak som Stukát (2011) framhäver, nämligen tidsbristen. En annan avgörande orsak till att undersökningen är en urvalsundersökning är att den sammanlagda mängden av svenskspråkiga slöjdbloggar är okänd. Därför undersöks ett stickprov av svenskspråkiga slöjdbloggar.

#### **4.4 Undersökningens genomförande**

För att komma åt bloggarna som ska analyseras i undersökningen har Facebookgrupperna Finlandssvenska bloggare, Bloggar, Blogg Sverige och Online stickcafé använts. I de fyra grupperna skrevs inlägg (se bilaga 1) där gruppernas medlemmar ombands att ge tips på slöjdbloggar. Inläggen skrevs i de nämnda grupperna den 4 oktober 2019. Gruppen Finlandssvenska bloggare har vid tidpunkten för undersökningen 3006 medlemmar och inlägget i gruppen fick sju kommentarer med tips på slöjdbloggar. Gruppen Bloggar har 9305 medlemmar och inlägget fick ett tips. Gruppen Blogg Sverige med 2542 medlemmar gav inga tips på slöjdbloggar. Gruppen Online Stickcafé har 33 816 medlemmar och inlägget fick 35 kommentarer. Av alla de 43 kommentarer som skrevs var det 28 bloggar som föll inom inklusions- och exklusionskriterierna för undersökningen.

Följande steg i undersökningen var att kontakta bloggarna till de 28 bloggar som framkom i Facebookgrupperna. Ett meddelande utformades (se bilaga 2) som frågade om skribenternas godkännande till att deras bloggar får vara med i avhandlingens undersökning. Genom meddelandet frågades tillåtelse till att bloggen analyseras i avhandlingen samt att bloggens namn, bloggens bilder och bloggens text är med i avhandlingen. Beroende på vilken typ av kontaktinformation till skribenten som finns på varje blogg skickades meddelandet ut den 16 januari 2020, via olika kanaler, 19 mejl, 4 Facebookmeddelanden, 2 Instagrammeddelanden och 3 kommentarer på bloggen där det gavs möjlighet att ge svar till angiven e-mailadress. Sammanlagt gav 23 skribenter sitt samtycke till att deras bloggar får analyseras.

##### **4.4.1 Inklusions- och exklusionskriterier**

För att göra undersökningen genomförbar har inklusions- och exklusionskriterier utformats. För att inkluderas i undersökningen behöver bloggen falla inom ramen för dessa kriterier. Bloggen ska vara svenskspråkig eller flerspråkig varav ett språk är svenska. Bloggen ska rekommenderas i någon av de Facebookgrupper där inläggen skrevs (se bilaga 1). I inläggen som skrevs i Facebookgrupperna förklarades ordet slöjdblogg för att exkludera bloggar som inte innehåller någon slöjd. För att exkludera bloggar som inte varit aktiva på länge är ett kriterium att bloggen ska ha varit aktiv med minst ett inlägg under 2019.

Som framkom i Facebookinläggen (se bilaga 1) räknas bloggar som innehåller hantverk, handarbete i mjuka och hårda material, samt DIY och pyssel till kategorin slöjdbloggar. Bloggen behöver inte bestå av enbart slöjdinlägg, men det ska vara en del av bloggen.

#### **4.5 Analys och tolkning**

Innehållsanalysen har utförts genom att först fastställa vilka blogginlägg som ska ingå i analysen. Kriterierna för att ett blogginlägg ska ingå i analysen är att det innehåller slöjd endera i text eller bild. Hela blogginlägget behöver inte behandla slöjd, men en del av det. Från varje blogg analyseras tio blogginlägg med slöjdinnehåll, i de fall där tio blogginlägg fanns. En av bloggarna bestod av tre blogginlägg med slöjdinnehåll. En begränsning av antalet blogginlägg behövdes göras, eftersom en blogg kan bestå av hundratals blogginlägg. Olika alternativ av begränsningar övervägdes. Ett alternativ var att begränsa utgående från när blogginlägget publicerats. Ett exempel på en sådan begränsning skulle vara att alla blogginlägg som publicerades år 2019 skulle analyseras. De negativa aspekterna med en sådan begränsning är att antalet blogginlägg från varje blogg skulle variera mycket, eftersom skribenterna publicerar blogginlägg med olika frekvens. Därför valdes istället ett bestämt antal blogginlägg från varje blogg. Innehållsanalysen utfördes på tio blogginlägg från varje blogg och efter utförd analys togs beslutet om det krävdes flera blogginlägg. Med tanke på det resultat som framkom av analysen samt den tid som lades ner togs beslutet att tio blogginlägg per blogg var tillräckligt för den här undersökningen.

Eftersom blogg är ett nätbaserat forum så kan skribenten förändra blogginlägg efter att de har publicerats och därför har varje blogginlägg som ingår i analysen sparats i den form de var vid analysen. Blogginläggen som ingår i analysen är från 6 januari 2020 och äldre. Det äldsta blogginlägget som ingår i analysen är publicerat 1 augusti 2017. Beroende på hur frekvent slöjdinlägg dyker upp på respektive blogg kan vissa blogginlägg gå tillbaka flera år medan vissa bloggar mer frekvent och då är alla tio blogginlägg från en kortare tid tillbaka. 199 av 223 blogginlägg är publicerade under 2019 och fram till 6 januari 2020, när analysen påbörjades.

En ursprunglig hypotes var att det mest förekommer mjuka material i slöjdbloggar. Till exempel tekniker så som stickning, virkning och sömnad. Hypotesen innefattande även att det vanligaste att blogga om var färdiga slöjdprodukter och den vanligaste formen av

blogginlägg är av dagbokscharaktär. Men för att inte påverka undersökningens utfall samt att inte någon typ av slöjd i bloggarna skulle undgå skrevs de olika typerna av slöjd samt olika typer av blogginlägg och innehåll i blogginläggen upp under tiden analysen utfördes. Kategorierna för varje del av analysen utformades alltså under analysens gång. Varje gång en ny kategori påträffades i ett blogginlägg skrevs det upp och i de fall där en kategori påträffades flera gånger kan antalet räknas ihop. Kategorierna framgår i nästa kapitel, resultatkapitlet.

#### **4.6 Undersökningens etiska principer**

Till undersökningens etiska principer hör informationskravet, vilket innebär att de som berörs av studien ska informeras. Studiens syfte bör framgå till de berörda och informationen om att deltagande är frivilligt och får avbrytas. Forskarens namn och institutionen där forskningen utförs ska framgå. Samtyckeskravet innefattar deltagarnas självbestämmanderätt till deltagande i undersökningen. Forskaren har rätt att motivera till medverkande men beslutet ligger hos deltagarna. Deltagarna har rätt till att bestämma på vilka villkor de ska delta. (Stukát, 2011, s. 138–143.) Som tidigare nämnts kontaktades alla skribenter vars bloggar faller inom ramen för inklusions- och exklusionskriterierna (se bilaga 2). För att bloggarna skulle vara med i innehållsanalysen krävdes att skribenterna svarat genom mejl, instagrammeddelande eller facebookmeddelande och gett sitt godkännande. De bloggar, vars skribenter inte gav sitt godkännande, har inte analyserats. I meddelandet framkom forskarens namn, Åbo Akademi som den institution där forskningen utförs, syftet med undersökningen, vad som kommer att analyseras och frågor som skribenterna behöver besvara för att deras blogg ska vara en del av innehållsanalysen.

Till undersökningens etiska principer hör även konfidentialitetskravet, vilket betyder att man i forskning behöver ta hänsyn till deltagarnas anonymitet och att uppgifterna ska behandlas konfidentiellt, ifall inte annat överenskommit (Stukát, 2011, s. 138–139). I den här studien behövs inte konfidentialitetskravet tas i beaktande, eftersom de skribenter vars bloggar analyserats har gett godkännande till att bloggnamn, bloggbilder och bloggtext får framkomma i avhandlingen. Innan analysen utfördes gjordes valet om bloggarna skulle benämnas med sina egentliga bloggnamn eller anonymt. Anledningen till valet att ha bloggarnas riktiga namn är att skribenter kan uppskatta publicitet av sin

blogg, läsaren till avhandlingen kan ha nytta av att få tillgång till de bloggar som påträffas i avhandlingen och resultatet går att kontrollera av läsaren.

## 5 Resultatredovisning

I detta kapitel behandlas undersökningens resultat. De fyra forskningsfrågorna besvaras i varsitt underkapitel, slöjd i svenskspråkiga bloggar, slöjdbloggars utformning, motiv till slöjdbloggande och slöjd i olika sociala medier. I undersökningen har 223 blogginlägg från 23 olika svenskspråkiga bloggar analyserats.

### 5.1 Slöjd i svenskspråkiga bloggar

Innehållsanalysen har utförts av 223 blogginlägg från 23 svenskspråkiga bloggar. I nedanstående tabell framgår alla bloggar som ingår i analysen.

*Tabell 1.* Bloggar som ingår i innehållsanalysen.

Bloggnamn	Länk till bloggen
Sandramaria	<a href="https://sandramarias.com/sv/bloggsida/">https://sandramarias.com/sv/bloggsida/</a>
Lilla Hanna i stora världen	<a href="https://sevendays.vasabladet.fi/bloggar/hanna/">https://sevendays.vasabladet.fi/bloggar/hanna/</a>
Heta KP	<a href="https://hetakp.blogspot.com">https://hetakp.blogspot.com</a>
Garnknuten	<a href="https://www.garnknuten.com/blog">https://www.garnknuten.com/blog</a>
Lykkeliten	<a href="https://lykkeliten.fi/blogg/">https://lykkeliten.fi/blogg/</a>
Som när det begav sig	<a href="https://somnardetbegavsig.com/blogg">https://somnardetbegavsig.com/blogg</a>
Tassar och stickor	<a href="https://tassarochstickor.blogspot.com/">https://tassarochstickor.blogspot.com/</a>
En till stickblogg	<a href="https://entill.typepad.com">https://entill.typepad.com</a>
Sytanten Bettan	<a href="https://syntanten-bettan.blogspot.com">https://syntanten-bettan.blogspot.com</a>
Dödergök	<a href="https://dodergok.blogspot.com">https://dodergok.blogspot.com</a>
Stickäventyr	<a href="https://stickaeventyr.blogspot.com">https://stickaeventyr.blogspot.com</a>
Mijocrochet	<a href="https://mijocrochet.se">https://mijocrochet.se</a>
Fredrika på vinden	<a href="https://fredrikapavinden.se">https://fredrikapavinden.se</a>
Hildurs barnbarn	<a href="https://www.hildursbarnbarn.se">https://www.hildursbarnbarn.se</a>
Kursbits	<a href="https://www.kurbits.nu">https://www.kurbits.nu</a>
En stickmanikers loggbok	<a href="https://stickmanikern.blogspot.com">https://stickmanikern.blogspot.com</a>
Taktil textil	<a href="https://taktitextil.wordpress.com">https://taktitextil.wordpress.com</a>

Clara stickar	<a href="http://clarastickar.blogspot.com/">http://clarastickar.blogspot.com/</a>
Billigt-garn	<a href="https://www.billigt-garn.net">https://www.billigt-garn.net</a>
Knit by Heidi	<a href="https://knitbyheidi.typepad.com/">https://knitbyheidi.typepad.com/</a>
Tålamodspåsen	<a href="https://talamodspasen.blogspot.com">https://talamodspasen.blogspot.com</a>
Knit by Jojo	<a href="https://knitbyjojo.wordpress.com">https://knitbyjojo.wordpress.com</a>
Cindy Ekman	<a href="http://cindyekman.com/">http://cindyekman.com/</a>

Avhandlingens första forskningsfråga lyder, *vilken typ av slöjd förekommer i svenskspråkiga bloggar*. För att svara på den frågan har all slöjd som förekommer i blogginläggen i fråga sammanställts. Slöjdtekniker kan framkomma både i blogginläggens texter och bilder. Ett blogginlägg kan innehålla flera olika slöjdtekniker och då har alla tekniker tagits i beaktande, därför är sammanlagda antalet blogginlägg i nedanstående tabell större än 223 som är antalet blogginlägg i undersökningen. Om en slöjdteknik förekommer på flera ställen i ett blogginlägg räknas det ändå bara som en, eftersom det är antalet blogginlägg för varje teknik som undersöks.

Tabell 2. Slöjd i svenskspråkiga bloggar.

Typ av slöjd	Antal blogginlägg
Stickning	122
Sömnad	49
Virkning	29
DIY/pyssel	21
Kviltning	10
Materialinformation	7
Klädsömnad ur ett historiskt perspektiv	6
Keramik	4
Broderi	4
Makramé	3
Gerillaslöjd	3
Färgning och tygtryck	3
Hållbarhet	3



Konsthantverk	2
Korgflätning	2
Slöjdprojekt i korktyg	1
Mönsterkonstruktion	1
Redskapsinformation	1
Vävning	1
Näverslöjd	1
Silversmide	1
Halmslöjd	1
Slöjd och meditation	1

Den mest förekommande slöjdtekniken i svenskspråkiga bloggar är stickning, som anträffas i 122 av 223 blogginlägg, vilket innebär att 54% av de analyserade blogginläggen består av stickning. Den andra vanligaste slöjdtekniken är sömnad, vilket förekommer i 49 eller 22% av blogginläggen. 29 eller 13% av blogginlägg består av virkning och 21 eller 9% av DIY. Följande slöjdteknik, kviltning, anträffas i 10 av 223 blogginlägg, eller 4%. Utöver de här fem vanligaste slöjdteknikerna är det flera som påträffas från en till sju gånger i de 223 analyserade blogginläggen. Dessa går att utläsa i tabell 2.

Eftersom analysen har gjorts på tio blogginlägg per blogg är det inte en heltäckande bild för all slöjd som förekommer i svenskspråkiga slöjdbloggarna. Därför har resultatet kompletterats genom att också sammanställa vilka slöjdrelaterade kategorier skribenterna har på sina bloggar. En bloggkategori är en samlingsplats där man hittar alla inlägg i en kategori. Skribenten väljer själv om bloggen ska bestå av kategorier och hur kategorierna i så fall ska benämnas. Av de 23 bloggar som har analyserats har 15 bloggar kategorier som läsaren kan klicka på för att läsa en viss typ av blogginlägg. I tabell 3 sammanställs alla kategorier som är slöjdrelaterade, för att på så sätt komplettera resultatet av vilken slöjd som förekommer i svenskspråkiga slöjdbloggar.

Tabell 3. Bloggkategorier.

Blogg	Bloggkategorier
Sandramaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gör det själv</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makersmail</li> <li>• Webshop</li> </ul>
Lilla Hanna i stora världen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIY</li> <li>• Pyssel</li> <li>• Stickat</li> <li>• Sytt</li> </ul>
Heta KP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pyssel</li> <li>• DIY</li> <li>• Att modifiera mönster</li> <li>• Återvinningsmaterial</li> <li>• Naturmaterial</li> <li>• Tekniktest</li> </ul>
Garnknuten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Free patterns</li> <li>• Green yarn mail</li> <li>• Crochet</li> <li>• Knitting</li> <li>• Crochet school</li> <li>• Tutorial</li> </ul>
Lykkeliten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIY</li> <li>• Knitting</li> <li>• Lykkelitendesign</li> <li>• Mönster</li> </ul>
Som när det begav sig	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medeltid</li> <li>• 1800-tal</li> <li>• handsömnad</li> </ul>
Mijocrochet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mönster</li> <li>• maskbeskrivningar</li> <li>• tutorials</li> </ul>
Fredrika på vinden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• allmänt skapande</li> <li>• stickning, virkning och broderi</li> <li>• sypeppen</li> <li>• sytips, stickskolan och tutorials</li> <li>• sytt och stickat</li> <li>• textil och sömnad</li> </ul>
Hildurs barnbarn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mönster</li> <li>• Kurser &amp; event</li> <li>• Återbruk</li> </ul>
Kursbits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Form</li> <li>• Slöjd</li> <li>• Eko</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIY</li> <li>• Material</li> </ul>
Stickmanikern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ytmönster</li> <li>• Stickbeskrivningar</li> </ul>
Taktilttextil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskrivningar</li> <li>• Kurser</li> <li>• Kviltning</li> <li>• Galleri</li> <li>• Prag PM 2019</li> </ul>
Clara stickar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Min design</li> <li>• Stickning</li> <li>• Sömnad</li> <li>• Virkning</li> <li>• Annat hantverk</li> <li>• Spånad</li> <li>• Färga</li> </ul>
Knit by Jojo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patterns</li> <li>• Portfolio</li> </ul>
Cindy Ekman	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diy</li> <li>• Diy julkalendern</li> <li>• Handarbete</li> <li>• Kreativitet</li> <li>• Pyssla med barn</li> <li>• Stickat</li> <li>• Sömnad</li> <li>• Virkat</li> </ul>

Av sammanlagt 63 slöjdrelaterade bloggkategorier utgör 18, eller 29% av bloggkategorierna, någon specifik slöjdteknik. De specifika slöjdteknikerna är stickning, sömnad, virkning, färgning, garnspinning, kviltning och broderi. En blogg kan bestå av flera bloggkategorier i form av en specifik slöjdteknik. Av de 23 bloggar som ingår i analysen har sju, eller 30%, av bloggarna en eller flera bloggkategorier av den här typen. Av de 63 bloggkategorierna är nio, eller 14%, DIY och pyssel. Av de 23 bloggar som analyserats har alltså 39% en bloggkategori av typen DIY och pyssel. En annan typ av bloggkategori är beskrivningar eller handledningar, varav det finns nio bloggkategorier i sex bloggar, bland de analyserade bloggarna. De innebär alltså att 14 % av bloggkategorierna är av typen beskrivningar eller handledningar och 30% av bloggarna

består av en eller flera sådana kategorier. Sådana bloggkategorier är tutorial, crochet school, att modifiera mönster, tekniktest, beskrivningar, stickbeskrivningar, sytips, stickskolan och tutorials, samt maskbeskrivningar. Sex bloggar, vilket är 26% av bloggarna, har en bloggkategori med mönster och tre bloggar, vilket är 13% av bloggarna, har en kategori med företagsinlägg. Tre bloggkategorier, i två bloggar, handlar om material. Utöver de redan nämnda kategorierna finns det mer allmänna kategorier, så som kreativitet, handarbete, annat hantverk, slöjd, form, eko, återbruk och allmänt skapande, men även mera ämnesspecifika kategorier för just den bloggen, så som medeltid, 1800-tal, Prag PM 2019, kurser, kurser & event och sypeppen.

## 5.2 Slöjdbloggens utformning

Den andra forskningsfrågan lyder: *Hur ser en slöjdblogg ut?* För att ge svar på den forskningsfrågan har blogginläggens innehåll analyserats. Tabell 4 visar hur blogginläggen är utformade, alltså hur många av de 223 blogginläggen består av text, bild, video respektive ljudfil.

Tabell 4. Blogginläggens utformning

Medieform	Antal blogginlägg
Text	223
Bild	217
Video	5
Ljudfil	1

Alla 223 eller 100% av blogginläggen som analyserats består av text. Det är också vanligt att blogginlägg består av bilder, men ändå inte i varje blogginlägg. 217 av 223, alltså 97% av blogginläggen innehåller en eller flera bilder. Att ett blogginlägg består av en video förekommer i fem eller 2% av 223 blogginlägg och ljudfil i ett av 223.

För att ge en mer djupgående bild av hur en slöjdblogg ser ut har också blogginläggens innehåll analyserats. Olika typer av blogginlägg har kategoriserats och sammanställts i tabell 5. Kategorierna har formulerats under innehållsanalysens gång för att varje innehåll ska inkluderas.

Tabell 5. Blogginläggens innehåll.

Typ av blogginlägg	Antal blogginlägg
Bild på färdig produkt	146
Dagbokstext	69
Tips på mönster	67
Slöjdprocess i text	54
Slöjdprocess i bild	51
Arbetsbeskrivning	37
Företagsrelaterat blogginlägg	16
Teknikguide	12
Mönster	12
Marknadsföring för slöjdevenemang	11
Boktips	9
Tips på slöjdare	7
Information om utställning/tävling	7
Materialguide	6
Tävlingsinlägg	4
Intervju	1
Krönika	1

Det mest förekommande innehållet i slöjdbloggar är bild på färdig produkt, vilket påträffas i 146 eller 65% av 223 blogginlägg. Dagbokstext förekommer i 69 eller 31% av blogginläggen och tips på mönster i 67 eller 30% av blogginläggen. Slöjdprocessen beskrivs i textform i 54 eller 24% av blogginläggen och processbilder finns i 51 eller 23%. Blogginlägg som består av arbetsbeskrivningar är 37 till antal eller 17% av de sammanlagda 223 och företagsrelaterade blogginlägg 16 eller 7%. Både teknikguider och mönsterinlägg är 12 till antalet eller 5% och i 11 blogginlägg eller 5% marknadsförs slöjdevenemang. Boktips förekommer i nio eller 4% av blogginläggen och tips på slöjdare i sju eller 3%. Information om utställningar eller tävlingar figurerar i sju blogginlägg eller

3% och sex blogginlägg eller 3% består av materialguide. Tävlingsinlägg är 4 till antalet eller 2%. Både intervju och krönika förekommer en gång var bland de 223 blogginläggen.

### 5.3 Motiv till slöjdbloggande

I 17 av undersökningens 23 bloggar, eller i 74% av bloggarna, kan läsaren ta del av information om bloggen, skribenten eller skribentens syfte med bloggen. Utgående från dessa beskrivningar har fyra anledningar till att blogga om slöjd framställts. Genom att ta fram dess kategorier besvaras forskningsfråga 3, *vilka motiv finns till att blogga om slöjd*. Kategorier är eget intresse, inspirationskälla, marknadsföra företag och kontakt med likasinnade. Under varje kategori tas citat upp från de bloggar där skribenten har beskrivit sitt syfte.

#### 5.3.1 Eget intresse

Att blogga om slöjd eftersom slöjd är ett eget intresse är ett vanligt fenomen. 14 av de 17 skribenter som har en beskrivning på sin blogg visar att slöjd är ett intresse. Det betyder att 82% av de skribenter som i sin blogg uttryckt ett motiv till att blogga finner motivation i sitt eget intresse.

*Min passion för stickning och inredning, trender... (Lykkeliten).*

*Stickerska och Sytok, med lager av garn, tyg och symaskiner... Det här är min vardag. (Tassar och stickor).*

*En blogg om mig & mina intressen. Sömnad & handarbete & min underbara familj. (Sytanten Bettan).*

*Att mitt intresse för sömnad och textil blivit så starkt beror på att jag spenderade så mycket tid med min tjuguså farmor... I slutet på gymnasiet tröttnade jag på att jag och farmor var de enda personerna i min vänskapskrets som uppskattade en nördig konversation om maskantal, tygkvalité och hur du snyggast fällar en kjol. Jag startade bloggen "Fredrika på vinden" eftersom jag just hade inrett ett litet syrum uppe på vinden. (Fredrika på vinden).*

*den handlar om det jag tycker är lustfyllt och intressant. (Kursbits).*

*TAKTIL TEXTIL alltså – för att tyger, garner och trådar ger livsglädje! Och bloggen är till för att jag ska se att jag, trots allt, hinner med en del taktilt textilarbete själv. (Taktil textil).*

*Jag heter Clara Falk och jag stickar mest hela tiden. Stickat har jag gjort sen jag var 13år ungefär och de senaste åren har jag också börjat sy. (Clara stickar).*

*...stickentusiast, lärare, kursledare, traditionsbärare, bok och garnsamlare. (Tålamodspåsen).*

Den orsak till att blogga som finns i flest bloggbeskrivningar är skribentens eget intresse för slöjd. I citaten framgår utöver skribenternas eget intresse också att slöjd är en del av skribenternas vardag och något de ägnar sin fritid åt.

### **5.3.2 Inspirationskälla**

En annan form av motiv till att blogga om slöjd är att bloggen kan fungera som en inspirationskälla för läsaren. Av de 17 bloggar där man kan läsa ett motiv till att slöjdblogga har åtta eller 47% uttryckt möjligheten att vara en inspirationskälla för läsaren som ett motiv till att slöjdblogga.

*...utöver allt det älskar jag att fylla världen med vackra, minimalistiska hantverk och inspirera andra att också göra själv. Jag hjälper andra kreativa själar att våga gå utanför sin komfort zone genom att utmana och visa hur. Jag är genuint genom-lycklig över att jag får lära andra att hitta sin DIY-passion genom att själv göra det jag älskar! (Sandramaria).*

Skribenten till bloggen Sandramaria beskriver hur hennes motiv till att slöjdblogga kombineras av hennes eget intresse för slöjd och möjligheten att inspirera läsarna till att slöjda.

*Tutorials, blogginlägg om stort och smått som har med återskapandet av historiska kläder att göra för att hjälpa nybörjaren komma igång med denna fantastiska hobby. (Som när det begav sig).*

Skribenten till bloggen Som när det begav sig skriver i bloggbeskrivningen att hon önskar att genom bloggen kunna hjälpa nybörjare att komma igång med återskapande av historiska kläder.

*Jag är glad att du hittat hit och hoppas du ska finna något av intresse! (Knit by Jojo).*

*Med en viss svårighet att hålla mig till få hobbyn hoppas jag du trivs och inspireras här i min lilla oas bland stickat, sytt, målat och loppisfyndat. (Cindy Ekman)*

I åtta bloggbeskrivningar kan man utläsa att skribenten genom sin blogg vill ge inspiration åt läsaren till att själv utföra slöjdprojekt. En blogg kan fungera som ett hjälpmedel för personer som utför olika former av slöjd.

### **5.3.3 Marknadsföra företag**

Fyra eller 24% av 17 bloggar visar på att ett motiv till att slöjdbloggar är möjligheten att marknadsföra sitt företag genom bloggen.

*Jag har också lanserat min egna hantverkstjänst Makers Mail (och om du, precis som jag, gillar pyssel, älskar överraskningar och ropar JA TACK till annat än reklamblad i postlådan ska du absolut kolla in Makers Mail här!). (Sandramaria).*

*Join me on this amazing journey towards a sustainable dream business with yarn in the center! (Garnknuten).*

*Jag jobbar som mönsterskapare och driver företaget och webshopen Lykkeliten där jag säljer mina mönster, produkter och barnkläder. (Lykkeliten).*

*...design from Sweden. (Mijocrochet).*

Genom blogg kan skribenterna marknadsföra företag. Olika sätt som skribenterna använder sina bloggar som marknadsföringskanal är bland annat genom att länka till webshop eller till blogginlägg där man kan läsa mera om produkter eller tjänster. Skribenterna av bloggarna Sandramaria och Garnknuten har olika prenumerationstjänster som läsarna kan få mera information om genom att läsa bloggarna. På Lykkelitens blogg hittar man länk till webshop och blogginlägg med text och bilder av produkter som kopplas till företaget. På bloggen Mijocrochet kan läsaren ta del av produkter vars mönster är tillverkat av skribenten.

#### **5.3.4 Kontakt med likasinnade**

I en eller 1% av 17 bloggar kan man läsa att ett motiv till att slöjdblogga kan vara att det ger möjlighet till att få kontakt med likasinnade.

*I och med bloggen fick jag kontakt med fler som delade mitt intresse... (Fredrika på vinden).*

Skribenten av bloggen Fredrika på vinden uttrycker i sin bloggbeskrivning hur hon genom bloggen har kommit i kontakt med personer som precis som hon har ett intresse för handarbete.

#### **5.4 Slöjd i olika sociala medier**

För att ge svar på den fjärde forskningsfrågan, utöver blogg, *vilka övriga sociala medier använder slöjdbloggare*, har det undersökts vilka sociala medier som skribenten marknadsför på sin blogg. I tabellen nedan räknas alla sociala medier upp som framkommer i en eller flera av bloggarna.



Tabell 6. Sociala medier som marknadsförs i svenskspråkiga slöjdbloggar.

Sociala medier	Antal bloggar
Instagram	15
Facebook	12
Ravelry	8
Pinterest	5
Etsy	3
Twitter	2
YouTube	2
Patreon	1
Flickr	1
Kollabora	1
Podcast	1

I 15 av 23, eller 65% av bloggarna hittar man länk till skribentens Instagramkonto, vilket gör det till det mest marknadsförda bland bloggarna. Andra mest marknadsförda mediet är Facebook som påträffas i 12 eller 52% av bloggarna och därefter är Ravelry i åtta eller 35% av bloggarna. Pinterest marknadsförs i fem, eller 22% av bloggarna och Etsy i tre eller 13%. Både Twitter och YouTube marknadsförs i två bloggar, eller 8% vardera. Petreon, Flickr, Kollabora och Podcast marknadsförs alla en gång, eller i 4% av de analyserade bloggarna.

## 6 Diskussion

I detta kapitel diskuteras avhandlingen som helhet och det resultat som framkom av innehållsanalysen och presenterades i föregående kapitel. Resultatdiskussionen är indelad i fyra avsnitt baserat på undersökningens fyra forskningsfrågor, slöjd i svenskspråkiga bloggar, slöjdbloggens utformning, motiv till att slöjdblogga samt övriga sociala medier. Slutligen diskuteras undersökningens tillförlitlighet och förslag på fortsatt forskning inom området.

### 6.1 Resultatdiskussion

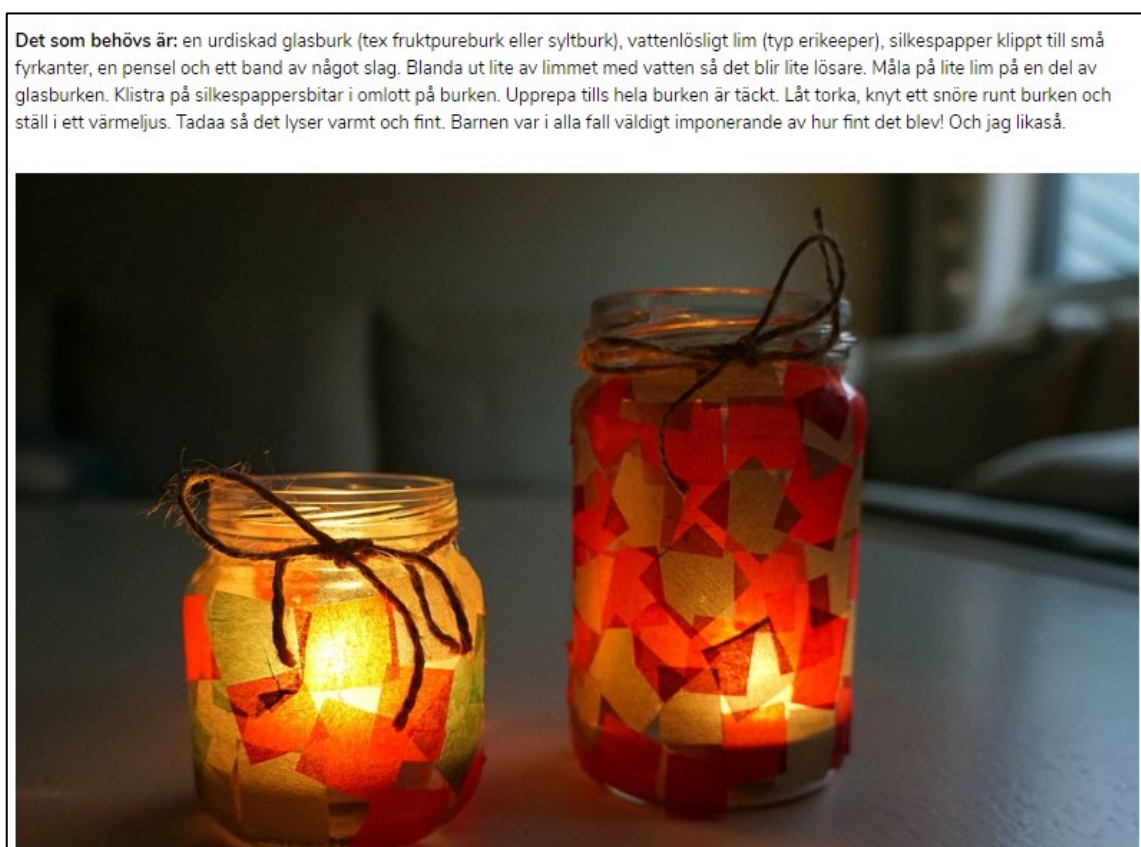
Till undersökningens syfte hörde att redogöra för svenskspråkiga slöjdbloggars innehåll och utformning, samt skribenternas motiv till att slöjdblogga. 223 blogginlägg från 23 bloggar analyserades. Utöver detta har även övriga sociala medier som marknadsförs på svenskspråkiga slöjdbloggar kategoriserats, för att ta reda på i vilka sociala medier man kan ta del av slöjdmaterial. Resultatdiskussionen är indelad i fyra avsnitt baserat på de fyra forskningsfrågorna för studien.

Resultatkapitlet inleds med en tabell över alla 23 bloggar som ingår i innehållsanalysen. Skribenterna till alla 23 bloggar har gett sitt godkännande till att deras bloggnamn får framgå i avhandlingen. Genom att tillfoga en tabell över alla bloggar möjliggörs kontroll av resultatet. Tabellen kan fungera som inspiration till intresserade läsare. Genom tabellen kan läsaren få tips på bloggar med slöjdinnehåll att läsa och följa.

#### 6.1.1 Slöjd i svenskspråkiga bloggar

I avhandlingens metodkapitel beskrevs en ursprunglig hypotes för studien. Hypotesen var att det mest förekommer slöjd i mjuka material på svenskspråkiga slöjdbloggar. Resultatet visar att den vanligaste slöjdformen är stickning. 122 av de 223 blogginlägg som analyserades innefattar stickning. På andra och tredje plats är sömnad och virkning. Hypotesen visade sig vara sann, det förekommer mest slöjd i mjuka material i svenskspråkiga slöjdbloggar. Kouhia (2016, s. 13–14) påpekar att stickning och virkning är två slöjdtekniker som är vanliga fritidssysselsättningar runt om i världen, vilket visar på att undersökningens resultat är tillförlitligt.

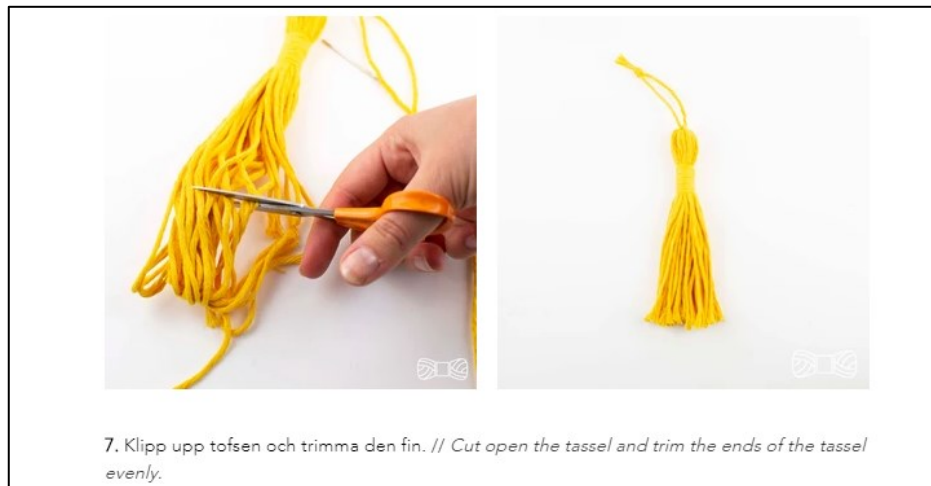
DIY, eller Do It Yourself, är en form av slöjd som skribenterna för slöjdbloggar skriver om. Innehållsanalysen visade att 21 av 223 blogginlägg innefattade DIY. 9 av 63 kategorier på de svenskspråkiga slöjdbloggarna är DIY och pyssel. Kouhia (2016, s. 14–15) beskriver DIY som kreativt görande, autonomi och underhåll. DIY inbjuder till individuell kreativitet, att utveckla förmågor fastän man saknar ämnesspecifik utbildning och DIY är en alternativ form av konsumtion. DIY kan innebära att spara pengar och att återanvända material. Inom kategorin DIY finns bland annat slöjdprojekt i alternativa material, alltså annat än mjuka material som är det mest förekommande i svenskspråkiga slöjdbloggar. Ett sådant projekt syns i figur 1.



Figur 1. Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Lilla Hanna i stora världen.

<https://sevendays.vasabladet.fi/bloggar/hanna/lucka-8-ljusburkar->

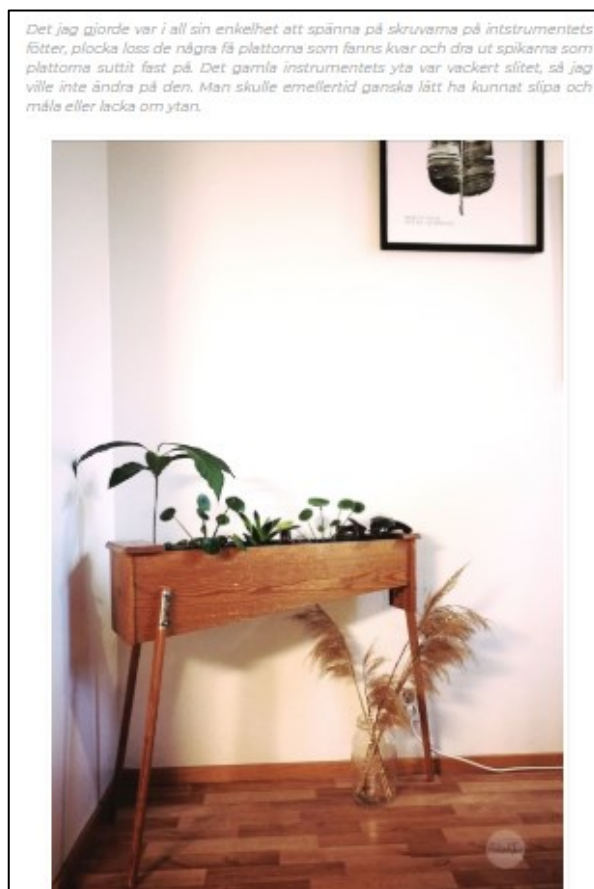
Lilla Hanna i stora världen har gjort en arbetsbeskrivning av ett DIY-projekt som innebär att göra ljuslyktor av glasburkar och silkespapper. DIY-projekt kan också vara i mjuka material. De vanligaste slöjdformerna som förekommer i svenskspråkiga slöjdbloggar är som redan nämnt i mjuka material, så som tyg och garn. Ett blogginlägg om ett DIY-projekt i garn, nämligen en arbetsbeskrivning av hur man gör en garntofs, syns i figur 2.



Figur 2. Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Garnknuten.

<https://www.garnknuten.com/post/how-to-make-a-yarn-tassel>

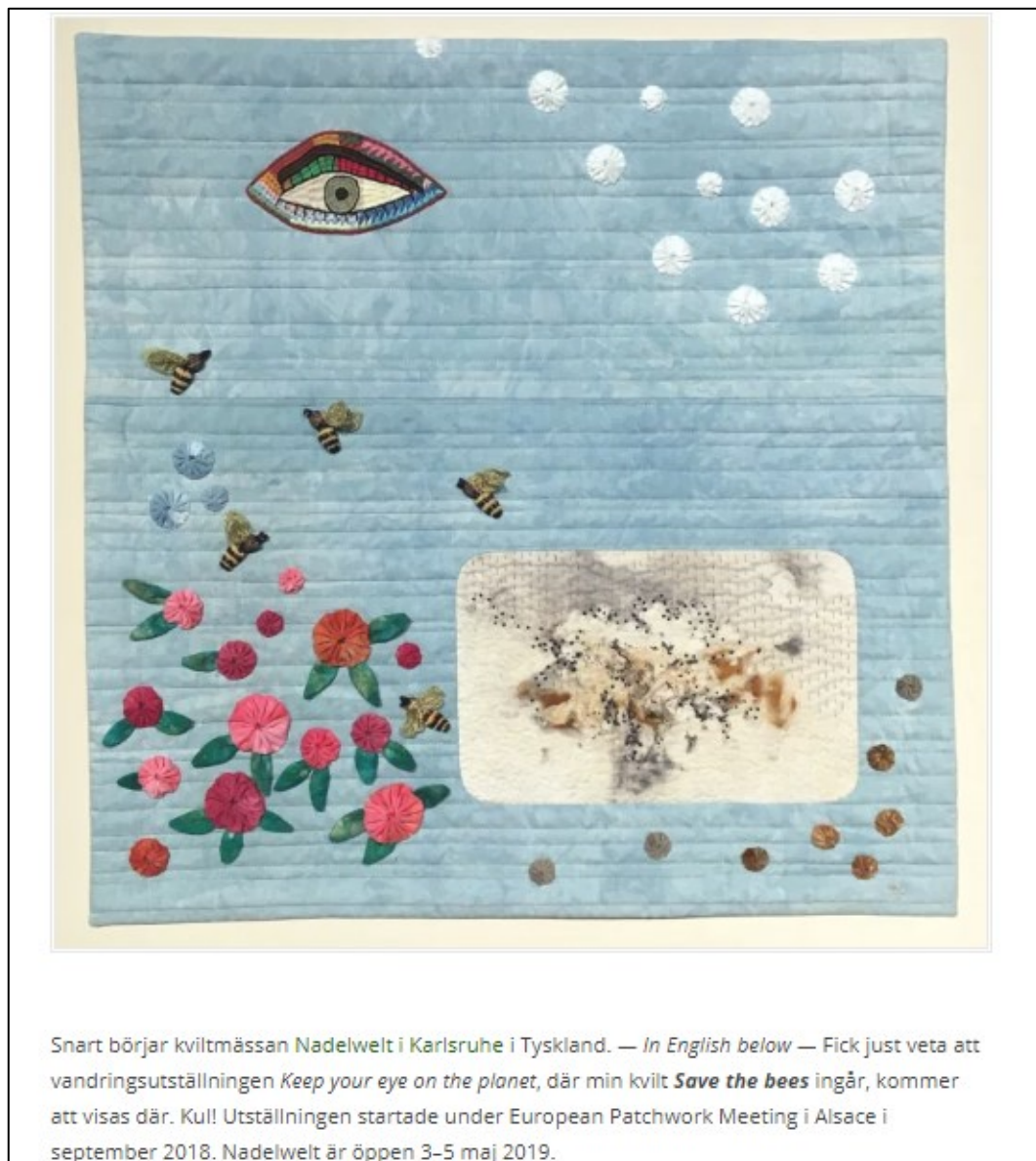
Även om hårda material inte är lika vanliga som mjuka material i svenskspråkiga slöjdbloggar, kan man också stöta på projekt i hårda material. Figur 3 visar ett DIY-projekt i trä.



Figur 3. Ett blogginlägg om ett DIY-projekt skrivet av Heta KP.

<https://hetakp.blogspot.com/2019/10/sisusta-kierrattamalla-helppo.html>

Nu har de fyra vanligaste formerna av slöjd, stickning, sömnad, virkning och DIY, i svenskspråkiga slöjdbloggar diskuterats. Den slöjd som kom på femte plats i förekomst var kviltning, vilket framkom i tio blogginlägg. Alla dessa blogginlägg kommer från bloggen Taktil textil. Figur 4 visar ett exempel på ett blogginlägg om kviltning. De övriga formerna av slöjd som förekommer enstaka gånger i de analyserade blogginläggen går att utläsa i tabell 2 i resultatkapitlet.



Figur 4. Ett blogginlägg i bloggen Taktil textil om en färdig kvilt.

<https://taktiltextil.wordpress.com/2019/05/01/nadelwelt-2019-karlsruhe/>

Genom att sammanställa alla slöjdtekniker som de analyserade blogginläggen består av kan man konstatera att slöjd i mjuka material är mer förekommande i svenskspråkiga slöjdbloggar. Även sammanställningen av bloggkategorier visar på att slöjd i mjuka

material är de vanligaste slöjdteknikerna. Det resultat som framgår av sammanställningen av bloggkategorier överensstämmer alltså med resultatet från sammanställningen av slöjd som förekommer i de analyserade blogginläggen. I båda sammanställningarna är det stickning, sömnad, virkning och DIY som ligger i toppen av mest förekommande.

### 6.1.2 Slöjdbloggens utformning

Utöver den slöjd som svenskspråkiga slöjdbloggar består av analyserades även blogginläggens utformning. Den mest förekommande typen av blogginlägg är bild på färdig slöjdprodukt.

Vilhunen (2018, s. 105–117) skriver att skribenter av stickbloggar, vilket är en form av slöjdblogg, delar med sig av slöjdprodukter, slöjdprocesser, redskap och material. Det framgår även i innehållsanalysen av svenskspråkiga slöjdbloggar. Figur 5, 6 och 7 visar på exempel där de olika delarna återfinns.



*Figur 5. Ett blogginlägg om en färdig slöjdprodukt skrivet av Tålamodspåsen.*

<http://talamodspasen.blogspot.com/2019/08/varen-och-sommaren.html>

Figur 5 visar ett blogginlägg som består av en bild på en färdig slöjdprodukt, i detta fall en stickad kofta. Resultatet av innehållsanalysen visar att bild på färdig slöjdprodukt förekommer i 146 av 223 blogginlägg.





Figur 6. Ett blogginlägg om slöjdprocessen skrivet av Knit by Heidi.

[https://knitbyheidi.typepad.com/knit\\_by\\_heidi/2019/12/nu-b%C3%B6rjar-formerna-synas.html](https://knitbyheidi.typepad.com/knit_by_heidi/2019/12/nu-b%C3%B6rjar-formerna-synas.html)

Figur 6 visar ett blogginlägg som behandlar en slöjdprocess, både i text- och bildformat. I resultatet kan utläsas att slöjdprocess i text förekommer i 54 av 223 blogginlägg och slöjdprocess i bild förekommer i 51 av 223 blogginlägg.



Figur 7. Ett blogginlägg om redskap skrivet av Garnknuten.

<https://www.garnknuten.com/post/greenyarnmail-box003>

Figur 7 visar ett blogginlägg om verktyg. Resultatet av innehållsanalysen visar att bland de 223 analyserade blogginlägg behandlar enbart ett blogginlägg redskapsinformation. Vilhunen (2018) visar på att slöjdredskap är en aspekt som förekommer i stickbloggar. Resultatet av innehållsanalysen visar också på att det är en aspekt som förekommer och möjligheten finns att det skulle förekomma i fler än ett blogginlägg om man skulle fördjupa innehållsanalysen ytterligare, till exempel genom att analysera fler blogginlägg. En diskussion kring fördjupning av innehållsanalysen tas upp i slutet av diskussionskapitlet, som ett förslag på fortsatt forskning.

<p>□ <b>Stick/virk-vänligt garn?</b></p> <p>Vad tänker du på när du hör "<a href="#">stickgarn</a>" eller "<a href="#">virkgarn</a>"? Ja, förutom att det knappast är någon skillnad mellan dem.</p> <p>Vissa jumprar, koftor och slipovrar är stickade i garn som går att klassa som handstickningsgarn. Vissa är stickade av så tunt garn att det snarare handlar om trikåtyg. Om garnet är för tunt för handstickning eller den sorts virkning du vill göra bör du hoppa över det. Såvida du inte vill sticka och virka med en massa trådar samtidigt. Ja, det går att <a href="#">göra ditt tunna garn tjockare</a>. Och trikåtyg kan du <a href="#">klippa till trikågarn</a>.</p> <p>Om du har en slända eller spinnrock kanske du är intresserad av att tvätta ihop flera tunna trådar till ett spännande och grövre garn. Då behöver du inte vara lika knusslig.</p> <p>Och tvärtom? Jo, du kan <b>dela på</b> vissa tjockare garn till <b>tunnare garn</b>. Om du hittar tröjor <a href="#">stickade i två trådar</a> kan du ha gjort en storvinst! (Och gett dig själv lite extra garngosigt arbete.)</p>	
---	--

Figur 8. Ett blogginlägg om material skrivet av Billigt-garn. <https://www.billigt-garn.net/repa-upp-atervinn-garn-slakta.html#.XlOhQCgzbIU>

Figur 8 visar ett blogginlägg om material. Vid analys av slöjd i svenskspråkiga slöjdbloggar framkom att 7 av 223 blogginlägg består av materialinformation. Vid analys av blogginläggens innehåll framkom att 6 av 223 blogginlägg är materialguider.

Vilhunen (2018, s. 101–163) visar hur internet och bloggar möjliggör att läsaren kan lära sig och få kunskap. Bloggarnas kategorier diskuteras när forskningsfråga 1 besvaras, men man kan också utläsa vilka typer av blogginlägg en slöjdblogg består av genom att ta kategorierna i beaktande. Kategorier bland de bloggar som analyserats som faller inom ramen för inspiration och undervisning är mönster, beskrivningar, handledningar, tutorials, tekniktest och tips. Inspiration och kunskap kan ges i text, bild, video och ljudform.

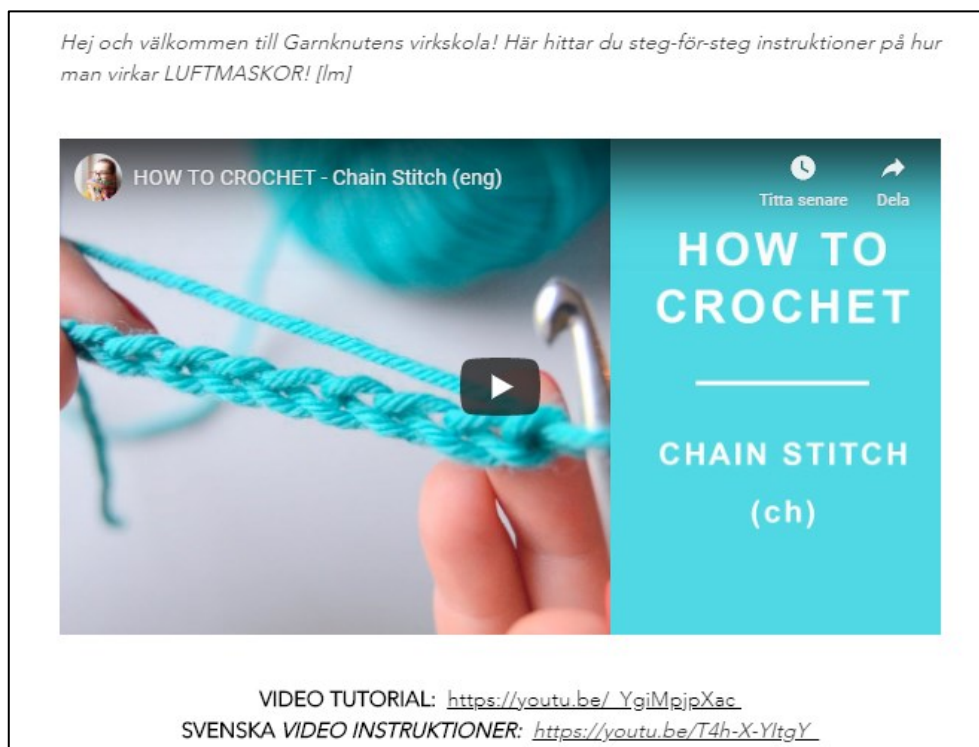




Figur 9. Ett blogginlägg med text och bild skrivet av Som när det begav sig.

<https://sommardetbegavsig.com/2018/01/12/parallella-rynk-pipveck/>

Alla 223 blogginlägg som analyserades består av text och 217 består av bilder. Figur 9 visar ett blogginlägg som består av både text och bild.



Figur 10. Ett blogginlägg i videoformat gjord av Garnknuten.

<https://www.garnknuten.com/post/how-to-crochet-chain-stitch>

Av de 223 blogginlägg som analyserats är 5 i videoformat. Figur 10 visar ett blogginlägg i videoformat.



Figur 11. Ett blogginlägg i text och ljudformat gjord av Sandramaria.

<https://sandramarias.com/sv/blogg/makrame-materialguide>

Ett av 223 blogginlägg består av ljudklipp som komplement till text, vilket visas i figur 11.

Både Vilhunen (2018) samt Toikkanen och Kananen (2014) framhäver att en vanlig form av blogg är dagboksbloggen. Av de 223 blogginlägg som analyserats kan 69 blogginlägg kategoriseras som dagboksinlägg. Eftersom enbart blogginlägg med slöjdinnehåll inkluderades i analysen innefattar dagboksinläggen slöjdinnehåll.

## Regn, regn, regn.....

Ja, det grå och blöta fortsätter även i december. Får ju inte glömma de starka vindarna, som härjar av och till! Skitväder - med andra ord! Det har faktiskt varit ett par dagar när vi hoppat över långpromenaden med Zelda! Vilket varit uppskattat av henne! Nej, regn och blåst är inget väder för en whippet.

Tur jag har stickning och en uppsjö av ljudböcker..... Fast med stickningen är det sisådär. Har inte hittat något tröjmönster som jag vill sticka. Så det blev en "The Oslo Hat mohair edition", i stället. Stickade med en tråd svart Indiecita alpaka och en tråd Kid Silk Mohair, självrandande, från Adeles Mohair. Två dagar med ljudbok i öronen, så var den klar!



Nu ska den bara "bada" och sen blockas. Det får bli nästa gång jag handtvättar våra merinoullströjor.

Stickar vidare på Mannes restgarnsockor, tills jag hittar ett tröjmönster och garn jag vill använda.

Figur 12. Ett blogginlägg i dagboksform skriver av Tassar och stickor.

<https://tassarochstickor.blogspot.com/2019/12/regn-regn-regn.html>

Figur 12 visar ett blogginlägg i dagboksformat. Läsaren får ta del av skribentens vardag där slöjd är en del av den. Läsaren får ta del av skribentens senaste slöjdprojekt, vad som ännu ska göras på projektet och tankar kring framtida slöjdprojekt.

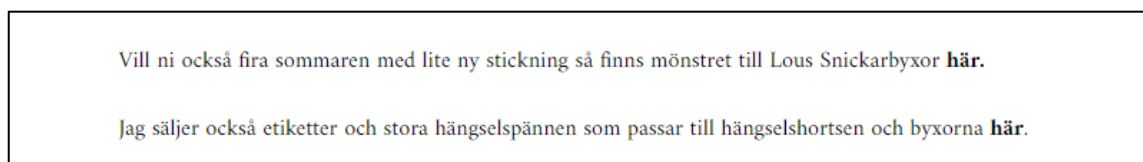
På samma sätt som Vilhunen (2018) pekar på att en stickblogg kan gå hand i hand med skribentens företagsverksamhet framkom det även i innehållsanalysen att flera skribenter använder sin blogg för att marknadsföra sitt företag. Av innehållsanalysens 223

blogginlägg gick 16 blogginlägg att koppla till skribentens företag. Det kan till exempel innebära information om en prenumerationstjänst eller länk till en webshop.



Figur 13. Ett blogginlägg skrivet av Garnknuten med information om prenumerationstjänst. <https://www.garnknuten.com/post/greenyarnmail-box004>

Figur 13 visar ett blogginlägg med information om en prenumerationstjänst som är en del av skribentens företag. Blogginlägget kan fungera som marknadsföring för företaget och även som ett informationsinlägg för kunderna som prenumererar på tjänsten.



Figur 14. Ett blogginlägg skrivet av Lykkeliten med länk till webshop. <https://lykkeliten.fi/hurra/>

Figur 14 visar ett blogginlägg med länk till den webshop som är en del av skribentens företag. Genom att inkludera företagets produkter eller tjänster i bloggen kan läsaren inspireras att till exempel klicka sig vidare till en webshop.

### 6.1.3 Motiv till att slöjdblogga

Eftersom slöjd är en vanlig förekommande fritidssysselsättning så är det grunden till en orsak att blogga om slöjd. Genom att analysera de beskrivningar som skribenterna uttrycker på sina bloggar kan man se att en orsak till att blogga om slöjd är det egna

intresset för ämnet. I 14 av de 23 analyserade bloggarna kan man utläsa att grunden till bloggandet ligger i det egna intresset för slöjd. Vilhunen (2018, s. 101–163) undersökningen visar att blogga om slöjd kan göra det enklare att upprätthålla sin hobby. Bloggen kan höja den personliga entusiasmen för hantverk.

Golbeck (2015, 203–204) beskriver orsaker till att människor använder sociala medier. Dessa orsaker korrelerar med det resultat som innehållsanalysen visade att slöjdbloggarnas motiv till att blogga är. Åtta skribenter beskrev på sin blogg att ett motiv till att blogga är för att inspirera läsarna. Golbeck (2015) beskriver att en väsentlig anledning till att använda sociala medier är viljan att dela med sig och sprida information och kunskap. Genom de slöjdbloggar som analyserats kan läsaren få inspiration till olika slöjdprojekt, boktips, tips på mönster och information om material, tekniker, slöjdevenemang och utställningar. I och med kommentarsfunktionen på blogg kan skribenten och läsarna kommunicera och lära sig av varandra. En av bloggarna beskrev hur hon genom bloggen får möjligheten att komma i kontakt med likasinnade, vilket också är en av orsakerna som Golbeck (2015) poängterar.

Motiven till att slöjdblogga har utlästs ur bloggarnas beskrivningar. Resultaten förstärks även av resultatet från analysen av blogginläggens utformning, där beskrivningar och handledningar är vanliga former av blogginlägg. Sex bloggar innehåller en eller flera kategorier sådan karaktär. Sex bloggar har också en bloggkategori med mönster. Blogginläggen i dessa kategorier kan vara till nytta och inspiration för läsaren.

Utöver de motiv till att slöjdblogga som redan behandlats framkom även i analysen att ett motiv till att slöjdblogga är att marknadsföra sitt företag med slöjdinriktning. Ett sådant motiv gick att utläsa ur beskrivningarna i tre bloggar och 16 av de blogginlägg som analyserats, se figur 13 och 14. Vilhunen (2018) beskriver hur en blogg kan ge möjlighet till företagsverksamhet, till exempel kan en blogg fungera som en försäljningskanal av slöjdprodukter eller slöjdrederkap eller som en marknadsföringskanal. Ström (2010, s. 30–41) påpekar att ett framgångsrikt sätt att marknadsföra ett företag är genom sociala medier och då kan en företagsblogg vara ett alternativ. Sätten att göra lyckad reklam har förändrats i och med sociala medier. Sociala medier möjliggör en kommunikation med kunder vilket är en av de positiva sidorna med marknadsföring i sociala medier. (Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 8–9).

#### **6.1.4 Olika sociala medier**

De sociala medier som marknadsförs mest i svenskspråkiga slöjdbloggar är Instagram, Facebook, Ravelry och Pinterest. Instagram är ett forum där man snabbt och enkelt kan dela med sig av material, där det är enkelt att kommunicera och där man genom hashtags kan sprida sitt material. Instagram kan ge mer trafik till en blogg och därför kompletterar de två sociala medierna varandra bra. (Hu, Manikonda & Kambhampati, 2014, s. 595–596, Butow och Bollwitt, 2013, s. 62). Instagram marknadsförs i 14 av de 23 analyserade bloggarna.

Efter Instagram marknadsförs Facebook näst flest gånger i de analyserade bloggarna, närmare bestämt i 15 av 23 bloggar. Facebook är det sociala mediet med störst spridning i världen. På Facebook är det möjligt att dela sina blogginlägg och på så sätt få mer spridning av sin blogg. Det är även möjligt att göra en egen Facebooksida för sin blogg, som andra kan gilla och enkelt ta del av material som gäller bloggen. En sida på Facebook fungerar som en slags marknadsföringsaffisch. (Olsson 2017, s. 9–14, Ström, 2010, s. 64–73, Herbert & Englund Hjalmarsson, 2012, s. 63–65.)

Ravelry är ett slöjdinriktat forum och på så sätt är det naturligt att skribenter till slöjdbloggar också använder sig av Ravelry. På Ravelry kan man publicera mönster, söka mönster, föra anteckningar kring sina slöjdprojekt och hålla kontakten med andra slöjdintresserade. (Ravelry.com.) Ravelry marknadsförs i 8 av 23 bloggar och är det tredje mest marknadsförda sociala mediet.

Pinterest marknadsförs i 5 av 23 bloggar. På Pinterest kombineras möjligheten till social interaktion och samling av material. Det material som finns på Pinterest går att spåra tillbaka till sitt ursprung, vilket kan vara till exempel en blogg. Genom Pinterest kan man alltså sprida bloggmaterial. (Hall & Zarro, 2013, s. 1–2.)

Utöver dessa fyra sociala medier som marknadsförs flest gånger på svenskspråkiga slöjdbloggar finns de också flera som framkommer i en eller några bloggar. De går att ta del av i tabell 6 (s. 44) i resultatkapitlet.

## **6.2 Reflektion över metod och fortsatt forskning**

### **6.2.1 Undersökningens tillförlitlighet**

Tre viktiga begrepp när det gäller undersökningens tillförlitlighet är reliabilitet, validitet och generaliserbarhet. Med reliabilitet avses tillförlitlighet och kan ses som ett mått på i vilken utsträckning den valda metoden är tillförlitlig. En hög reliabilitet innebär att samma resultat kan nås genom att utföra samma undersökning vid ett annat tillfälle. Validitet är ett mått på i vilken grad instrumentet mäter eller beskriver det som avses mätas eller beskrivas. Generaliserbarhet innefattar hur väl resultatet kan generaliseras. Ifall resultatet enbart gäller den undersökta gruppen har resultatet låg generaliserbarhet. (Bell 2006, s. 117; Stukát, 2011, s. 132–139).

Eftersom undersökningen syftar till att analysera svenskspråkiga slöjdbloggar är metoden innehållsanalys en fungerade metod. Genom att analysera bloggarna och blogginläggen som skrivits innan skribenterna var medvetna om att deras texter och bilder kommer att analyseras får man en verklighetstrogen bild av de existerande slöjdbloggarna. I och med att bloggarna som har analyserats är utskrivna i avhandlingens resultatkapitel är resultatet transparent och kontrollerbar. Resultatet kunde ha blivit mer heltäckande och generaliserbar genom att också grundas på intervjuer eller enkäter, men eftersom omfattningen på resultatet blev så pass omfattande av enbart innehållsanalys har det för den här studien inte utförts intervju eller enkät. Innehållsanalys ger en heltäckande bild av den slöjd som förekommer i bloggarna samt hur bloggarna ser ut och vad de består av. Forskningsfråga tre och fyra besvaras också genom innehållsanalysen, men möjligheter till fördjupning finns. Genom att fråga skribenterna varför de bloggar om slöjd kan man få mer resultat än vad man får genom att läsa den beskrivning de har på sina bloggar. Alla bloggar har inte en beskrivning eller förklaring till varför skribenterna bloggar. Genom att analysera bloggarna får man reda på vilka andra sociala medier de marknadsför. Dock är det möjligt att skribenterna även delar med sig av slöjdmaterial på sociala medier som de inte marknadsför på bloggarna.

Undersökningens tillförlitlighet påverkas också av undersökningens generaliserbarhet. Generaliserbarheten påverkas av undersökningsgruppens storlek och bortfall i undersökningsgruppen. (Stukát, 2011, s. 136–138). Av de 28 bloggar som framkom i Facebookgrupperna och som faller inom ramarna för inklusions- och exklusionskriterierna gav 23 bloggare skribenter sitt godkännande att bloggen får



analyseras. Utmaningen med generaliserbarheten för studien är att det sammanlagda antalet svenskspråkiga slöjdbloggar inte är känt. För att öka generaliserbarheten har både bloggarnas inlägg, startsida, beskrivningar och kategorier inkluderats i analysen. För att göras genomförbart men ändå öka generaliserbarheten har de 10 senaste slöjdinläggen i varje blogg inkluderats i innehållsanalysen. På grund av att en av bloggarna består av enbart tre slöjdinlägg är det sammanlagda antalet blogginlägg som analyserats 223.

### **6.2.2 Fortsatt forskning**

Som konstaterats tidigare i avhandlingen finns inte mycket forskning kring slöjd i sociala medier. Därför finns fortfarande många olika aspekter inom ämnet som fortfarande kan forskas kring. Metoden som stod som grund för den empiriska delen i den här avhandlingen var innehållsanalys, men ett alternativ för fortsatt forskning är att använda en annan datainsamlingsmetod. Att intervjua eller skicka enkäter åt skribenter till slöjdbloggar kan ge en bättre inblick i skribenternas mål och syfte med slöjdbloggade, om tiden som läggs ner för slöjdbloggande och vad skribenten får ut av att slöjdblogga. Innehållsanalysen gav resultat om själva bloggarna, men intervju eller enkät kan ge svar på frågor kring skribenterna. Ett annat alternativ är att utföra forskning kring användarperspektivet. Varför läser användarna slöjdbloggar, vilken nytta ger slöjdbloggar och vilken typ av inlägg läser användarna helst?

En annan möjlighet till fortsatt forskning är att göra en fördjupad innehållsanalys av slöjdbloggar. För den här avhandlingen utfördes en innehållsanalys av 23 svenskspråkiga bloggar och 223 blogginlägg. För att få en mer övergripande helhet över slöjdbloggar kan flera bloggar och inlägg analyseras. En möjlighet till fortsatt forskning är att inkludera bloggar på flera språk.

Resultatet av forskningen visar vilka andra sociala medier man kan använda sig av för att dela slöjdmaterial. Forskning kring både producent- och användarperspektiv i de olika sociala medierna är förslag på fortsatt forskning. Resultatet av innehållsanalysen visade att de tre vanligaste sociala medierna som skribenterna marknadsförde var Instagram, Facebook och Ravelry. Både producent- och användarperspektiv av dessa sociala medier kunde ligga som grund till fortsatt forskning. De flesta blogginlägg som ingick i innehållsanalysen bestod av texter och bilder, men några enstaka fall av video och ljudfil fanns också. Användningen av video och ljud kunde utvecklas och forskas kring.



Björkström Elin

Användning av video och ljud i lärandesyfte kunde vara intressant ämne att forska om och hur vanligt det är att man vänder sig till sociala medier för att lära sig om slöjd.

## Referenser

- Andersson, M. (2017). Medierad social interaktion. I Olsson, T. (red.), *Sociala medier – vetenskapliga perspektiv*. (s.21–35). Malmö: Gleerups Utbildning.
- Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.
- Billigt-garn. (2019). *Återvinn garn: Vilka (begagnade) tröjor kan du repa upp?* [Blogg]. Hämtad 3 april 2020, från: <https://www.billigt-garn.net/repa-upp-atervinn-garn-slakta.html#.XlOhQCgzbiU>
- Björkqvist, K. (2012). *Introduktion till vetenskapsteori och forskningsmetodik för beteendevetenskaper*. Lund: Studentlitteratur.
- Björkström, E. (2017). *Sociala medier som hjälpmedel i slöjdundervisningen*. Opublicerad kandidatavhandling. Fakulteten för pedagogik och välfärdsstudier, Åbo Akademi, Vasa.
- Blogit. Hämtad 27 augusti 2019, från: <https://www.blogit.fi/>
- Burgess, J. & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture. Second Edition*. Cambridge UK: Polity Press.
- Butow, E. & Bollwitt, R. (2013). *Bloggning to drive business: create and maintain valuable customer connections*. Indianapolis USA: Que publishing.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention*. New York: Harper Collins Publishers.
- Draxl, E., Fischer, A., Kokko, S., Kästik, H., Salovaara, M & Stedman, J. (2017). *Handmade Wellbeing Handbook*. Hämtad 7 april 2020, från: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/214420/handbook.pdf?sequence=1>
- Garnknuten (2019a). *GREEN YARN MAIL - box 003 (spoilers!)*. [Blogg]. 29 maj 2019. Hämtad 23 april 2020, från: <https://www.garnknuten.com/post/greenyarnmail-box003>
- Garnknuten. (2019b). *GREEN YARN MAIL - box 004 (spoilers!)*. [Blogg]. 28 augusti 2019. Hämtad 23 april 2020, från: <https://www.garnknuten.com/post/greenyarnmail-box004>
- Garnknuten. (2019c). *HOW TO CROCHET - CHAIN STITCH*. [Blogg]. 20 augusti 2019. Hämtad 23 april 2020, från: <https://www.garnknuten.com/post/how-to-crochet-chain-stitch>
- Garnknuten. (2019d). *How to make a yarn tassel*. [Blogg]. 29 maj 2020. Hämtad 23 april 2020, från: <https://www.garnknuten.com/post/how-to-make-a-yarn-tassel>
- Golbeck, J. (2015). *Analyzing the Social Web*. Waltham, USA: Morgan Kaufmann Publishers.
- Finlands Sommaruniversitet r.f. (u.å.). *Sommaruniversiteten i Finland*. Hämtad 27 februari 2020, från: <https://www.kesayliopistot.fi/sommaruniversiteten-i-finland/>
- Haaso, S. (2016). *Somessa voi näyttää käsityönsä kaikille: "Kukapa ei nauttisi saadessaan ihailua ja kehuja? Maaseudun Tulevaisuus*. Hämtad 8 april 2020, från: <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/i ihmiset-kulttuuri/somessa-voit-naytt%C3%A4ytt%C3%A4%C3%A4-k%C3%A4sity%C3%B6ns%C3%A4-kaikille-kukapa-ei-nauttisi-saadessaan-ihailua-ja-kehuja-1.172720>
- Hall, C. & Zarro, M. (2013). *Social curation on the website Pinterest.com*. Hämtad 9 april 2020, från: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/meet.14504901189>
- Hartman, S. (Red.). (2014). *Slöjd bildning & kultur. Om pedagogisk slöjd i historia och nutid*. Stockholm: Carlsson bokförlag.

- Hartvik, J. & Porko-Hudd, M. (2018). Slöjdforskning i fokus. *Techne serien 1995–2017. Techne serien - Forskning i Slöjdpedagogik och Slöjdvetenskap*, 25(3), 98–104. Hämtad 6 april 2020, från: <https://journals.hioa.no/index.php/techneA/article/view/3030/2956>
- Herbert, I. & Englund Hjalmarsson, H. (2012). *Språket i sociala medier*. Stockholm: Producta.
- Heta KP. (2019). *Sisusta kierrättämällä: helppo kukkapöytä | Inred och återvinn: enkelt blombord*. [Blogg]. 9 oktober 2019. Hämtas 23 februari 2020, från: <https://hetakp.blogspot.com/2019/10/sisusta-kierrattamalla-helppo.html>
- Holmström, E. & Wikberg, E. (2015). *Sociala medier. En marknadsföringshandbok*. Stockholm: Redaktionen i Stockholm AB.
- Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, M. (2014). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, s. 595–598. Hämtad 8 april 2020, från: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/viewFile/8118/8087>
- Isaksson, O. & Mattsson A. (2017). Redaktionellt arbete i förändring. I Olsson, T. (red.), *Sociala medier – vetenskapliga perspektiv*. (s. 97–111). Malmö: Gleerups Utbildning.
- Karlström, W. (2012). Handarbete – inte bara för tontar längre. *Arbetsbladet*. Hämtad 1 april 2020, från: <https://www.arbetsbladet.se/artikel/gavle/handarbete-inte-bara-for-tontar-langre>
- Knit by Heidi. (2019). *Nu börjar formerna synas*. [Blogg]. 1 december 2019. Hämtad 3 april 2020, från: [https://knitbyheidi.typepad.com/knit\\_by\\_heidi/2019/12/nu-b%C3%B6rjar-formerna-synas.html](https://knitbyheidi.typepad.com/knit_by_heidi/2019/12/nu-b%C3%B6rjar-formerna-synas.html)
- Kouhia, A. (2016). *Unraveling the meanings of textile hobby crafts*. Hämtad 9 april 2020, från: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/167969/Unraveli.pdf>
- Kursbits. Hämtad 11 april 2020, från: <https://www.kurbits.nu>
- Kuznetsov, S. & Paulos, E. (2010). Rise of the expert amateur: DIY projects, communities, and cultures. *Proceedings of NordiCHI 2010, October 16–20, 2010* s. 295–304. Hämtad 3 april 2020, från: [http://delivery.acm.org/10.1145/1870000/1868950/p295-kuznetsov.pdf?ip=130.232.175.34&id=1868950&acc=ACTIVE%20SERVICE&key=74A0E95D84AAE420%2E203255D7B3E338E6%2E4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35&acm=1547639767\\_b59971923f3fb77df8254805e8136937](http://delivery.acm.org/10.1145/1870000/1868950/p295-kuznetsov.pdf?ip=130.232.175.34&id=1868950&acc=ACTIVE%20SERVICE&key=74A0E95D84AAE420%2E203255D7B3E338E6%2E4D4702B0C3E38B35%2E4D4702B0C3E38B35&acm=1547639767_b59971923f3fb77df8254805e8136937) eller <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=1868950>
- Lilla Hanna i stora världen. (2019). *Lucka 8: Ljusburkar*. [Blogg]. 8 december 2019. Hämtad 22 februari 2020, från: <https://sevendays.vasabladet.fi/bloggar/hanna/lucka-8-ljusburkar->
- Lindfors, L. & Peltonen, J. (1996). *Slöjdkompetens i nordisk kultur: Del 2*. Vasa: Slöjdkompetens i nordisk kultur: Åbo Akademi, institutionen för lärarutbildning, slöjdpedagogik.
- Lykkeliten. (2019). *Hurra*. [Blogg]. 28 juni 2019. Hämtad 9 april 2020, från: <https://lykkeliten.fi/hurra/>
- Lönnqvist, E. (1996). Träbåtsbygge ett konsthantverk. I Geber, E. & Porko, M. (red.), *Slöjd i utveckling – från förskola till vuxenutbildning*. Helsingfors: Universitetsstryckeriet.
- Marthaförbundet. (u.å.). Hämtad 12 juni 2019, från: <https://www.martha.fi/>
- Martinez, C. & Sandberg, H. (2017). Sociala medier som affärsmodeller: Kritiska perspektiv. I Olsson, T. (red.), *Sociala medier – vetenskapliga perspektiv*. (s. 67–81). Malmö: Gleerups Utbildning.

- Medborgarinstitutens förbund MiF ry. (u.å.). *Medborgarinstitut i ett nötskal*. Hämtad 27 februari 2020, från: <https://kansalaisopistot.fi/kielet/svenska/>
- Niemi, S. (2019). *Somekatsaus 2019 – suomalaisten sosiaalisen median käyttö*. Hämtad 16 april 2020, från: <https://www.meltwater.com/fi/blog/suomalaisten-somen-kaytto/#>
- Nouw Media AB. (u.å.). *Nouw*. Hämtad 27 augusti 2019, från: <https://nouw.com/>
- Olsson, T. (2017). Sociala medier – en introduktion. I Olsson, T. (red.). *Sociala medier – vetenskapliga perspektiv*. (s. 9–20). Malmö: Gleerups Utbildning.
- Online stickcafé. (u.å.). *Om den här gruppen*. Hämtad 26 februari 2020, från: <https://www.facebook.com/groups/onlinestickcafe/about/>
- Porko-Hudd, M., Pöllänen, S., & Lindfors, E. (2018). Common and holistic crafts education in Finland. *Techne serien - Forskning i Slöjdpedagogik och Slöjdvetskap*, 25(3), 26–38. Hämtad 25 april 2020, från <https://journals.hioa.no/index.php/techneA/article/view/3025>
- Pöllänen, S. (2007). Käsityö terapiana ja terapeuttisena toimintana. Niikko, A., Pellikka, I. & Savolainen, E. (red.). *Oppimista, opetusta, monitieteisyyttä kirjoituksia kuninkaankartanonmäeltä*, s. 91–105. Hämtad 9 april 2020, från: <http://sokl.uef.fi/verkkojulkaisut/monitiet/pdf/pollanen.pdf>
- Pöllänen, S. (2012). *Käsityö ja psyykkinen hyvinvointi käsityön tutkimuskentässä*. Journal of Finnish Universities of Applied Sciences. Hämtad 20 november 2019, från: [https://arkisto.uasjournal.fi/uasjournal\\_2012-1/1363-2825-1-CE.pdf](https://arkisto.uasjournal.fi/uasjournal_2012-1/1363-2825-1-CE.pdf)
- Ravelry. (u.å.). *About us*. Hämtad 22 april 2020, från: <https://www.ravelry.com/about>
- Sandramaria. (2019). *Tema Makramé: en materialguide*. [Blogg]. Hämtad 25 april 2020, från: <https://sandramarias.com/sv/blogg/makrame-materialguide>
- Sevendays. (u.å.). Hämtad 27 augusti 2019, från: <https://sevendays.vasabladet.fi/>
- Sjöberg, B., & Porko-Hudd, M. (2019). A Life Tangled in Yarns – Leisure Knitting for Well-Being. *Techne serien - Forskning i Slöjdpedagogik och Slöjdvetskap*, 26(2), 49–66. Hämtad 9 april 2020, från <https://journals.hioa.no/index.php/techneA/article/view/3405>
- Som när det begav sig. (2018). *Parallella Rynkor – Pipveck*. [Blogg]. 12 januari 2018. Hämtad 3 april 2020, från: <https://sommardetbegavsig.com/2018/01/12/parallella-rynkor-pipveck/>
- Statistikcentralen. (u.å.). Hämtad 16 april 2020, från: <http://stat.fi/>
- Ström, P. (2010). *Sociala medier. Gratis marknadsföring och opinionsbildning*. Malmö: Liber.
- Studiecentraler. (2009). Hämtad 27 februari 2020, från: <https://www.opintokeskukset.fi/pa-svenska/>
- Stukát, S. (2011). *Att skriva examensarbete inom utbildningsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Suomen Kansanopistoyhdistys. (u.å.). *Folkhögskolor*. Hämtad 27 februari 2020, från: <https://www.folkhogskolor.fi/>
- Sutradhar, P. (2017). *Psychology of Sharing: Why Do People Share On Social Media?* Hämtad 12 juni 2019, från: <https://www.linkedin.com/pulse/psychology-sharing-why-do-people-share-social-media-prakash-sutradhar>
- Svenska Akademiens ordlista. (u.å.). *Handarbete*. Hämtad 10 november 2019, från: [https://www.saob.se/artikel/?seek=handarbete&pz=1#U\\_H201\\_108922](https://www.saob.se/artikel/?seek=handarbete&pz=1#U_H201_108922)
- Svenska Akademiens ordlista. (u.å.). *Slöjd*. Hämtad 10 november 2019, från: <https://www.saob.se/artikel/?seek=sl%C3%B6jd&pz=1>

- Svenska Akademiens ordlista. (u.å). *Syförening*. Hämtad 27 februari 2020, från:  
[https://www.saob.se/artikel/?seek=syf%C3%B6rening&pz=1#U\\_S15383\\_97480](https://www.saob.se/artikel/?seek=syf%C3%B6rening&pz=1#U_S15383_97480)
- Svenska Akademiens ordlista. (u.å). *Syjunta*. Hämtad 27 februari 2020, från:  
[https://www.saob.se/artikel/?seek=syjunta&pz=1#U\\_S15383\\_98477](https://www.saob.se/artikel/?seek=syjunta&pz=1#U_S15383_98477)
- Taitoliitto. (2018). *Kolmannes suomalaisista harrastaa käsitöitä säännöllisesti – Käsitöidenharrastaminen Suomessa – tutkimus 2018 julkaistu*. Hämtad 9 april 2020, från:  
<https://www.epressi.com/tiedotteet/kulttuuri-ja-taide/kolmannes-suomalaisista-harrastaa-kasitoita-saannollisesti-kasitoiden-harrastaminen-suomessa-tutkimus-2018-julkaistu.html>
- Taktil textil. (2019). *Nadelwelt 2019 – karlsruhe*. [Blogg]. 1 maj 2019. Hämtad 2 april 2020, från: <https://taktiltextil.wordpress.com/2019/05/01/nadelwelt-2019-karlsruhe/>
- Tassar och stickor. (2019). *Regn, regn, regn*. [Blogg]. 12 december 2019. Hämtas 4 april 2020, från: <https://tassarochstickor.blogspot.com/2019/12/regn-regn-regn.html>
- Tjora, A. (2012). *Från nyfikenhet till systematisk kunskap. Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.
- Toikkanen, M. & Kananen, N. (2014). *Blog by the book. Blogiopas*. Helsingfors: Tammi.
- Tålamodspåsen. (2019). *Våren och sommaren*. [Blogg]. 1 augusti 2019. Hämtad 4 april 2020, från: <http://talamodspasen.blogspot.com/2019/08/varen-och-sommaren.html>
- Utbildningsstyrelsen (u.å). *Läroanstalter inom det fria bildningsarbetet*. Hämtad 27 februari 2020, från: <https://www.oph.fi/sv/utbildning-och-examina/laroanstalter-inom-det-fria-bildningsarbetet>
- Vilhunen, K. (2018). *Neuleblogit osana käsitöitä. Neulebloggaajien kokemuksia blogin ja käsitöiden yhdistämisestä*. Hämtad 28 augusti 2019, från:  
[http://epublications.uef.fi/pub/urn\\_isbn\\_978-952-61-2820-7/urn\\_isbn\\_978-952-61-2820-7.pdf](http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-2820-7/urn_isbn_978-952-61-2820-7.pdf)

## **Bilagor**

### **Bilaga 1. Facebookinlägg i grupperna Finlandssvenska bloggare, Blogg Sverige, Bloggar och Online Stickcafé**

Hej!

Jag studerar mitt sista år till slöjdlärare vid Åbo Akademi i Vasa. Jag skriver just nu min magisteravhandling om slöjdbloggar. Därför undrar jag ifall du bloggar om något slöjdrelaterat eller om du läser någon blogg med inslag av slöjd? Slöjd kan alltså vara handarbete eller hantverk i mjuka eller hårda material. Även DIY och pyssel kan räknas till slöjd. Länka gärna alla bloggar du kommer att tänka på nedan och hjälp mig på så sätt i mitt skrivande. Tack på förhand!

### **Bilaga 2. Meddelande till bloggarnas skribenter**

Hej!

Mitt namn är Elin Björkström och jag studerar till ämneslärare i textilslöjd vid Åbo Akademi och skriver just nu min magisteravhandling om slöjd i sociala medier. Fokuspunkter i avhandlingen ligger på vilken typ av slöjd som förekommer i svenskspråkiga bloggar och vilka former av inlägg som bloggarna består av.

Genom att fråga om bloggtips i Facebookgrupperna Finlandssvenska bloggare, Bloggar och Online stickcafé, fick jag bland annat tips om din blogg.

Med detta mejl vill jag fråga om tillåtelse att använda din blogg i min avhandling.

1. Får ditt bloggnamn framkomma i avhandlingen?
2. Får din bloggtext citeras i avhandlingen?
3. Får dina bloggbilder framkomma i avhandlingen?

Svara gärna så snabbt som möjligt på detta mejl så jag kommer vidare i mitt arbete med avhandlingen.

Med vänliga hälsningar

Elin Björkström